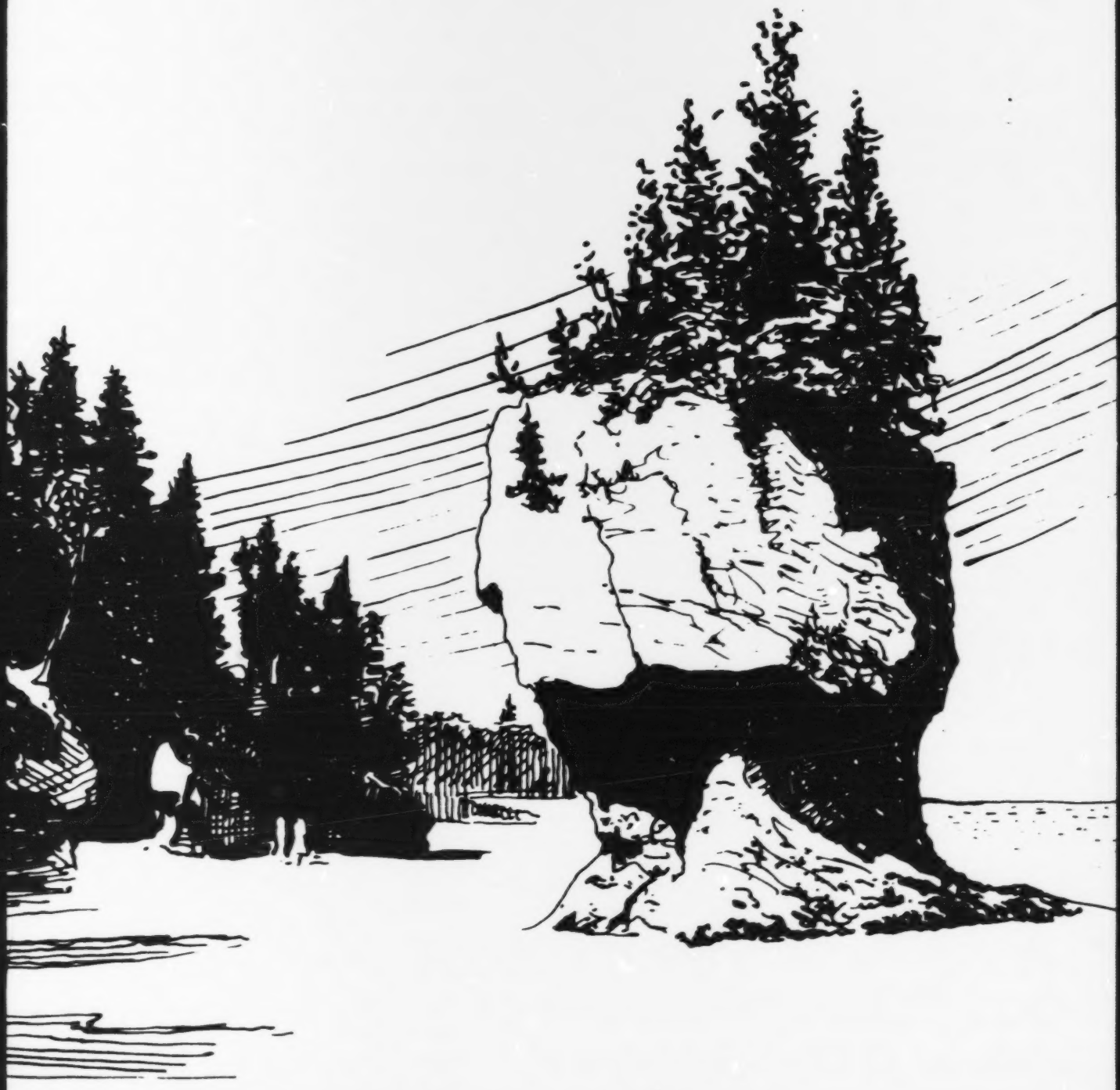
TOURISM NEW BRUNSWICK
ANNUAL REPORT 1982

TOURISME NOUVEAU-BRUNSWICK
RAPPORT ANNUEL 1982



Tourism New Brunswick
Tourisme Nouveau-Brunswick

The Honourable Doctor George F.G. Stanley
O.C., D-ès-L, D.Litt.
Lieutenant-Governor of the
Province of New Brunswick

May it please your Honour:

I have the honour to submit the Annual Report of the Department of Tourism for the year ended March 31, 1982.

Respectfully submitted,

Leland W. McGaw
Minister of Tourism

Tourism New Brunswick
Tourisme Nouveau-Brunswick

L'honorable Docteur George F.G. Stanley
O.C., D-ès, D.Litt.
lieutenant-gouverneur de la
province du Nouveau-Brunswick

Qu'il plaise à votre honneur,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel du ministère du Tourisme pour l'année terminée le 31 mars 1982.

Respectueusement soumis,

Leland W. McGaw
ministre du Tourisme

The Honourable Leland W. McGaw
Minister of Tourism
Province of New Brunswick

Sir:

I have the honour to present to you the 11th annual report of the New Brunswick Department of Tourism for the fiscal year ended March 31, 1982.

The report presents the activities of the Department by program, in order to more clearly outline the activities and goals of the Department over the past year.

During this period, the Department has continued to be innovative in the field of tourism development by creating a new approach to help change the travel trends of Canadians during the 1980s. Following the success of the first all-Canadian travel trade marketplace called TourCan, the Canadian Government Office of Tourism has been given permission to use the TourCan concept throughout Canada to increase domestic travel in the provinces and territories.

Significant investments were made by the Government in several parks, attractions and major new Tourist Information Centres at strategic border points. Tourist Information Centre visitation increased by 17 per cent and the usage of the toll-free Dial-a-Nite reservation system increased by 52 per cent.

In marketing, advances resulted from redirected advertising and accelerated editorial support toward prime market areas in Quebec, Ontario and Northeastern United States, and the provincial regional market. A new thrust aimed at residents was launched in the winter season and designed to position New Brunswick as a winter vacation destination. This was enhanced by automated electronic letter processing and toll-free telephone information systems.

During 1981, tourist expenditures in the province reached an all-time high at $289.7 million. Visitation totalled 4.1 million and revenues increased by 11.5 per cent. Residents spent an estimated $115.2 million indicating the in-province awareness program had a positive effect.

I extend to you, Sir, and to all members of the Department of Tourism staff, my sincere appreciation for the excellent co-operation and dedication which contributed immeasurably to the high degree of success achieved by the Department during the year.

Respectfully,

R. S. MacLaggan
Deputy Minister

Monsieur Leland W. McGaw
Ministre du Tourisme
Province du Nouveau-Brunswick

Monsieur,

J'ai l'honneur de vous présenter le 11e rapport annuel du ministère du Tourisme du Nouveau-Brunswick pour l'année financière se terminant le 31 mars 1982.

Afin de donner un aperçu plus détaillé des activités et des objectifs du ministère pendant l'année qui vient de s'écouler, le rapport présente ces activités selon les différents programmes.

Au cours de cette période, le ministère a poursuivi ses innovations dans le développement du tourisme, en adoptant une nouvelle approche en vue d'amener les Canadiens à modifier leurs tendances en matière de tourisme pendant les années 1980. En raison du succès obtenu par la première exposition-voyage entièrement canadienne appelée TourCan, l'Office de tourisme du Canada a reçu la permission de se servir du concept TourCan aux fins de promotion du tourisme intérieur dans les provinces et les territoires.

Le gouvernement a fait des investissements appréciables dans plusieurs parcs et lieux d'attractions ainsi que dans les nouveaux centres d'information touristique situés aux points frontaliers stratégiques. La fréquentation des centres d'information touristique a augmenté de 17 pour cent et le recours au programme de réservation téléphonique sans frais d'interurbain de 52 pour cent.

Dans le domaine du marketing, des progrès ont été enregistrés grâce à un renouvellement de la publicité et à un service accéléré de rédaction, visant les principaux secteurs du marché au Québec, en Ontario et dans le nord-est des États-Unis, ainsi que le marché régional et de la province. Pendant l'hiver, nous avons lancé une nouvelle campagne visant à toucher les résidents et à établir la réputation du Nouveau-Brunswick comme lieu de vacances hivernales. Cette initiative a bénéficié de l'appui d'un service de traitement électronique de lettres et de réseaux de renseignements téléphoniques sans frais d'interurbain.

Pendant l'année 1982, les dépenses des touristes dans la province ont atteint la somme record de 289,7 millions de dollars. Le nombre de visiteurs s'est établi à 4,1 millions de personnes et les revenus ont augmenté de 11,5 pour cent. Les résidents ont dépensé une somme estimée à 115,2 millions de dollars, ce qui laisse entendre que le programme de sensibilisation des Néo-Brunswickois a porté fruits.

Je tiens à vous exprimer, Monsieur, ainsi qu'à tous les membres du personnel du ministère du Tourisme, ma plus vive reconnaissance pour l'excellent esprit de collaboration et de dévouement qui a énormément contribué aux succès remarquables obtenus par le ministère pendant l'année.

Respectueusement soumis,

R. S. MacLaggan
Sous-ministre

MARKETING PROGRAM

The primary aim of marketing is to sell the facilities of the province to tourists. Marketing does this directly by media advertising campaigns and contact with wholesalers and operators and more indirectly through such activities as travel trade development and familiarization tours.

The use of accommodations, restaurants, events and attractions being sold benefits the province not only through the money spent here but also through the employment of New Brunswickers.

ADVERTISING:

A major investment in marketing is advertising. The first steps to show the people of New Brunswick the varied activities that could interest and benefit them within their own Province were begun in 1981-82. A provincial campaign, later extended to become regional, was launched to promote not only the summer but also the winter tourist season, at which time we enjoy some very considerable advantages over our sister Maritime Provinces.

Winter activities and "escape-weekend" packages were promoted in newspaper advertisements and radio commercials. Up-to-date information on snow conditions was provided via toll-free lines and personal broadcasts. Sales calls and a familiarization tour for local media were also conducted to encourage further support.

But we also stressed the maintenance of our traditional markets in Quebec, Ontario and northeastern United States. Approximately one million dollars was spent on advertising in these areas.

MARKET DEVELOPMENT:

Tourism promotion officers continued to be assigned as market managers for the strategic markets of northeastern and mid-Atlantic U.S., Quebec and Ontario, as well as a regional manager for Atlantic Canada and Europe.

The main function of the market manager is to increase tourism traffic into New Brunswick. This is done by selling, one-to-one, to travel wholesalers and operators, by developing special interest tour packages and by attending travel trade conferences and seminars in their assigned market areas.

Staff were instrumental in developing regional tourism associations in the capital region, the Acadian Peninsula and Westmorland County as well as assisting continuing association programs in Kent and Albert Counties.

PROGRAMME DE MARKETING

L'objectif primordial du «marketing» consiste à vendre aux touristes les divers services assurés par la province. Le marketing réalise cet objectif à l'aide de campagnes publicitaires dans les médias et de contacts avec les grossistes et les voyagistes et, de manière plus indirecte, grâce à des programmes de développement touristique et des voyages d'information.

La fréquentation des lieux de séjour, restaurants, manifestations et attractions est profitable à la province non seulement grâce aux sommes dépensées au Nouveau-Brunswick mais également grâce aux emplois offerts aux Néo-Brunswickois.

PUBLICITÉ:

La publicité constitue un gros investissement dans le domaine du marketing. C'est à 1981-1982 que remontent les premières mesures destinées à présenter aux habitants du Nouveau-Brunswick la foule d'activités qui pouvaient les intéresser et leur bénéficier. Une campagne provinciale, devenue par la suite régionale, fut lancée en vue de promouvoir non seulement la saison touristique estivale, mais aussi la saison touristique hivernale, au cours de laquelle nous pouvons tirer parti d'avantages bien supérieurs à ceux dont bénéficient nos provinces soeurs des Maritimes.

Des annonces dans les journaux et des messages radiophoniques ont servi à promouvoir les activités hivernales et les forfaits «évasion fin de semaine». Des renseignements de dernière heure sur les conditions de la neige ont été fournis à l'aide de systèmes téléphoniques sans frais d'interurbain et de bulletins radiophoniques spéciaux. Nous avons aussi organisé des visites de prospection et un voyage d'information à l'intention des journalistes locaux en vue d'encourager ces derniers à appuyer nos efforts.

Nous avons enfin veillé au maintien de nos marchés traditionnels au Québec, en Ontario et dans le nord-est des États-Unis. Environ un million de dollars ont été consacrés à la publicité dans ces régions.

INTENSIFICATION DES EFFORTS DE MARKETING:

Les agents de la promotion touristique ont continué à remplir les fonctions de directeurs du marketing pour les marchés stratégiques du nord-est des États-Unis, des États du Centre américain, du Québec et de l'Ontario. Par ailleurs, un agent régional a été responsable des provinces de l'Atlantique et de l'Europe.

Le directeur du marketing a pour fonction principale d'accroître l'afflux de touristes au Nouveau-Brunswick. Il s'acquitte de cette fonction en commercialisant les services touristiques auprès de chaque grossiste et de chaque voyagiste, en créant des forfaits-voyage intéressant certains groupes et en assistant aux conférences et aux séminaires sur le tourisme concernant le territoire auquel il est affecté.

Le personnel du ministère a contribué à la création d'associations régionales de tourisme dans la région de la capitale, de la péninsule acadienne et du comté de Westmorland et a poursuivi son aide aux programmes des associations des comtés de Kent et d'Albert.

MARKETPLACE:

A marketplace is a meeting at which buyers of tourism products shop for their packages. Tourism New Brunswick has been playing an increasingly important role in getting our suppliers of tourism products, e.g. operators of accommodations, attractions, air and land carriers, restaurants, etc., to sell to the travel wholesalers and operators at such marketplaces.

Marketplaces of the American Bus Association, National Tour Brokers Association, Rendez-Vous Canada, Ontario Motor Coach Association, Institute of Association Executives, Association of Canadian Travel Agents, various automobile clubs, Le Semaine Mondiale du Tourisme in Paris and ITB Berlin were attended.

To meet the changing travel trends of the 1980s, Tourism New Brunswick developed a new approach called TourCan. Held in Moncton, TourCan '81 was highly successful, bringing together for the first time Canadian buyers and sellers of the travel industry to market their products in a controlled business environment. Estimates indicate that between $3.5 and $4 million in new business was generated as a result of this marketplace. The federal government has been given permission to use the TourCan concept throughout Canada to increase domestic travel in the provinces and territories. This took place in Saskatchewan in 1982.

One measurement of the effectiveness of the marketplace program was the 12.9 per cent increase achieved in bus tour nights over the previous year. In 1981, motorcoach companies visiting New Brunswick for the first time accounted for 58 per cent of the total new tour nights.

FAMILIARIZATION TOURS:

In order to better sell New Brunswick to the travel trade, the department often invites representatives of the media and the travel trade to come to New Brunswick to see and experience what we have to offer as a vacation destination.

A total of 133 persons, representing tour wholesalers, senior citizens groups, auto club counsellors, travel agents and media people from the U.S.A., Canada and Europe, were taken on familiarization tours in New Brunswick.

Tours originated from the Atlantic Provinces, Ontario, Manitoba, Quebec, California, Massachusetts, Ohio, New York State, Denmark, Switzerland and France. There were a total of 16 tours, five from Ontario, two from Quebec and one each from the other points of origin.

EXPOSITIONS-VOYAGES:

Par «exposition-voyage» on entend une rencontre au cours de laquelle les «acheteurs» de services touristiques font leurs achats de forfaits. Tourisme Nouveau-Brunswick joue un rôle de plus en plus important en permettant à nos fournisseurs de services touristiques, soit les exploitants de lieux d'hébergement et de centres d'attractions, les sociétés de transports aériens et routiers, les restaurants, etc., de vendre les services en question aux grossistes en voyage et voyagistes qui assistent aux expositions-voyages.

Les expositions-voyages auxquelles nous avons participé sont celles de l'American Bus Association, Rendez-vous Canada, Ontario Motor Coach Association, l'Institut des directeurs d'associations, l'Association des agents de voyage du Canada, divers clubs automobiles, la Semaine mondiale du Tourisme à Paris et ITB à Berlin.

Afin de suivre l'évolution des tendances touristiques dans les années 1980, Tourisme Nouveau-Brunswick a élaboré une nouvelle formule appelée TourCan. Tenu à Moncton, TourCan 81 a remporté un gros succès en réunissant pour la première fois acheteurs et vendeurs de l'industrie touristique canadienne venus pour commercialiser leurs services dans un environnement commercial contrôlé. D'après nos estimations, cette exposition-voyage a permis la conclusion de nouvelles affaires se chiffrant entre 3,5 et 4 millions de dollars. Le gouvernement fédéral a été autorisé à utiliser le concept TourCan dans tout le Canada pour accroître le tourisme intérieur dans les provinces et les territoires. Cet événement s'est déroulé en Saskatchewan en 1982.

Par rapport à l'an dernier, l'accroissement de 12,9 pour cent des nuitées de touristes en autocar permet de mesurer l'efficacité du programme des expositions-voyages; en 1981, en effet, le nombre des nuitées passées par les touristes venus en autocar pour la première fois représentait 58 pour cent du total des nouvelles nuitées.

VOYAGES D'INFORMATION:

Afin de mettre en valeur les avantages que le Nouveau-Brunswick offre à l'industrie touristique, le ministère invite souvent les représentants de cette industrie et des médias à venir dans notre province pour constater et apprécier les services que le Nouveau-Brunswick met à la disposition des vacanciers.

Un total de 133 personnes, représentant des grossistes en voyages, des groupes de l'âge d'or, des conseillers de clubs automobiles, des agents de voyage et des journalistes venus des États-Unis, du Canada et d'Europe, ont bénéficié de voyages d'information au Nouveau-Brunswick.

Les participants provenaient des provinces de l'Atlantique, de l'Ontario, du Manitoba, du Québec, de la Californie, du Massachusetts, de l'Ohio, de l'État de New York, du Danemark, de Suisse et de France. Nous avons organisé un total de 16 voyages, cinq pour les représentants de l'Ontario, deux pour ceux du Québec et un voyage pour les représentants de chacune des autres régions.

PACKAGING PRODUCTS:

The development of special interest packages has become an important developmental priority of the department. Packages are those travel plans that allow the consumer to buy accommodation in addition to an activity or other vacation component.

Packages that have been developed range from the very simple weekend escape package to the special interest activities aimed at specific markets such as whale watching and winter snow frolics.

New 1981-82 packages were based on promoting existing facilities in a new way. The most important activities developed were winter skiing, farm vacations, birdwatching, canoeing, photography and painting.

In keeping with our concern for New Brunswickers, these packages were all developed through resident tour operators, wholesalers and group operators who will extend and service the package trade and create jobs for people in the province.

TRAVEL INDUSTRY MANUAL:

The Travel Industry Manual, which provides group travel information on provincial facilities and attractions, was placed in the hands of more than 18,000 travel agents (12,000 in English and more than 6,000 in French). While the bulk of the distribution was in North America, a number of copies were circulated in Europe through the co-operation of the Canadian Government Office of Tourism.

TORONTO INFORMATION OFFICE:

The Toronto office provides information for and responds to inquiries from potential visitors to New Brunswick on a day-to-day basis. During the year, 2,788 inquiries were serviced. The Toronto market manager also represented New Brunswick at a number of consumer travel shows in the area.

ATLANTIC CANADA TOURISM PROGRAM:

Developed to promote Atlantic Canada as a tourism destination and operated by the departments of tourism of all four Atlantic Provinces and the Canadian Government Office of Tourism, the Atlantic Canada Tourism Program is in its sixth year of operation.

Working on a co-operative basis with the partners, a major advertising campaign was directed to Canadian consumers through Today magazine and to the United States by a $500,000 media campaign conducted by the Canadian Government Office of Tourism.

Rendez-Vous Canada, a major marketplace organized by the Canadian Government Office of Tourism, was held in Halifax and was supported by a large co-ordinated effort of the consortium of the four Atlantic Provinces. Other trade seminars attended by staff of the departments of tourism of the four Atlantic Provinces were held in nine centres in Canada and four major centres in the United States.

FORFAITS:

La conception de forfaits à caractère particulier a bénéficié d'un ordre de priorité élevé au sein du ministère. Il s'agit de plans de voyage qui permettent au vacancier à la fois de s'assurer d'un lieu d'hébergement et de s'adonner à une activité donnée ou de suivre un autre programme de son choix pendant ses vacances.

Les forfaits qui ont été créés s'échelonnent entre la très simple «évasion fin de semaine» aux activités d'un intérêt particulier visant certains marchés tels que l'observation des baleines et le spectacle des beautés de l'hiver.

Les nouveaux forfaits 1981-1982 ont été bases sur la promotion nouveau genre des installations existantes. Les activités les plus importantes qui ont été proposées étaient le ski d'hiver, les vacances à la ferme, l'observation des oiseaux, le canoe, la photographie et la peinture.

Soucieux des intérêts des Néo-Brunswickois, ces forfaits ont tous été organisés par l'entremise de voyagistes, grossistes et organisateurs de voyages en groupe de la province qui offrent et exécutent les forfaits et créent ainsi des emplois pour les habitants d'ici.

MANUEL DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE:

Ce manuel, qui fournit des renseignements sur les installations et attractions du Nouveau-Brunswick intéressant les voyages en groupe, a été placé entre les mains de plus de 18 000 agents de voyage (12 000 exemplaires en anglais et plus de 6 000 en français). Si la très grande majorité de ces exemplaires ont été distribués en Amérique du nord, un certain nombre ont été mis en circulation en Europe grâce à la collaboration de l'Office de tourisme du Canada.

BUREAU D'INFORMATION DE TORONTO:

Le bureau de Toronto fournit au jour le jour des renseignements aux visiteurs éventuels du Nouveau-Brunswick. C'est ainsi qu'il a répondu à 2 788 demandes. Le responsable du marché a également représenté notre province à l'occasion d'un certain nombre d'expositions touristiques dans cette région.

PROGRAMME TOURISTIQUE DES PROVINCES DE L'ATLANTIQUE:

Conçu pour la promotion touristique des provinces de l'Atlantique et dirigé par les ministères du tourisme des quatre provinces en question et l'Office de tourisme du Canada, le programme touristique des provinces de l'Atlantique en est à sa sixième année d'existence.

Une vaste campagne publicitaire selon la formule coopérative a été lancée auprès des consommateurs canadiens par le truchement de la revue "Today" et auprès des consommateurs américains grâce à une campagne de 500 000 $ dans les médias menée par l'Office de tourisme du Canada.

Rendez-vous Canada, importante exposition-voyage organisée par l'Office de tourisme du Canada, s'est déroulée à Halifax où elle a bénéficié d'efforts coordonnés déployés par le consortium formé par les quatre provinces de l'Atlantique. D'autres séminaires sur le tourisme, auxquels ont assisté les représentants des ministères du tourisme de ces quatre provinces, se sont tenus dans neuf centres au Canada et quatre centres importants aux États-Unis.

An Atlantic Canada Tourism Program Travel Trade Manual was developed for the overseas market. A total of 2,000 copies was published in English, French and German.

Trade co-operatives (cost-shared programs) were conducted with motorcoach operators and other private sector groups to develop new business.

A toll-free line covering the United States was operated jointly by the four Atlantic Provinces from Portland, Maine. This system generated 15,581 verbal inquiries and 6,548 written requests for information on New Brunswick.

An Atlantic Canada Travel Guide appeared as an insert in Atlantic Insight magazine. This provided an opportunity for smaller operations in the province to advertise their product. Distribution of the insert totalled 200,000 copies.

The total 1981-82 budget for the Atlantic Canada Tourism Program was $1.1 million, of which $187,500 was New Brunswick's share.

EDITORIAL SERVICES:

The editorial services section played an important role in promoting and creating an awareness and image for the province as a vacation destination through the submission of promotional copy on the province and technical assistance to writers, editors and publishers. The equivalent of hundreds of thousands of dollars in advertising was obtained in the printed media in Canada, the United States and overseas.

A total of 65 writers and photographers toured New Brunswick to gather research information and to have a first-hand look at the vacation opportunities available. Several film crews also visited the province to produce films to be used for promotional purposes, with the highlight being a group filming for the well-known American series Nashville on the Road. Six 30-minute television shows were produced in New Brunswick.

The media familiarization program brought excellent results with articles on various aspects of a New Brunswick vacation appearing in major publications such as Chatelaine, Ladies' Circle, Financial Post, Travelife and Field and Stream. Media visitations by editorial services personnel to Toronto, Ottawa, Quebec City and New England contributed much in promoting New Brunswick as a vacation destination and encouraging the writing and carrying of articles on New Brunswick.

Executives from the Quebec Winter Carnival and radio/newspaper media from the province of Quebec participated in a special promotion held in conjunction with the Bathurst Hospitality Days Festival and spots were obtained on radio and television stations in the province to encourage in-province travel by New Brunswick residents.

Eight mailouts containing a total of 30 travel features in both English and French, along with black and white photographs for illustration purposes, were sent to 350

Un manuel touristique a été conçu pour les marchés d'outremer et, dans le cadre du Programme touristique des provinces de l'Atlantique, il a été tiré à 2 000 exemplaires rédigés en anglais, en français et en allemand.

Des expériences coopératives (programmes à coûts partagés) ont été réalisées avec des exploitants de services d'autocar et d'autres groupes du secteur privé en vue d'attirer de nouveaux touristes.

Les quatre provinces de l'Atlantique ont mis conjointement en service, à partir de Portland, Maine, un réseau de renseignements téléphoniques sans frais d'interurbain. Ce réseau a suscité 15 581 demandes de renseignements téléphoniques et 6 548 demandes écrites sur le Nouveau-Brunswick.

Un guide touristique du Canada Atlantique a paru en supplément à la revue "Atlantic Insight". Les petites exploitations de notre province ont ainsi eu l'occasion d'annoncer leurs services. Ce supplément a été tiré à 200 000 exemplaires.

Pour 1981-1982, le budget total du Programme touristique des provinces de l'Atlantique s'est élevé à 1,1 million de dollars dont le Nouveau-Brunswick a pris 187 500 $ à sa charge.

SERVICES DE RÉDACTION:

La section des services de rédaction a joué un rôle important en matière de promotion et de sensibilisation à notre image en tant que lieu de villégiature en soumettant des textes descriptifs sur la province et en fournissant des conseils techniques aux chroniqueurs, rédacteurs et éditeurs de journaux. Le Nouveau-Brunswick a ainsi retiré l'équivalent de centaines de milliers de dollars en publicité dans la presse écrite au Canada, aux États-Unis et outremer.

Un total de 65 chroniqueurs et photographes ont fait la tournée du Nouveau-Brunswick pour recueillir des renseignements de première main sur les possibilités qu'offre notre province sur le plan touristique. Plusieurs équipes cinématographiques nous ont également visité pour tourner des films à des fins promotionnelles. Soulignons que l'une des équipes n'était nulle autre que celle de la célèbre série américaine "Nashville on the Road". Six émissions télévisées de 30 minutes ont été produits au Nouveau-Brunswick.

Le programme de voyages d'information a donné d'excellents résultats grâce aux articles consacrés aux divers aspects des vacances au Nouveau-Brunswick et parus dans des revues prestigieuses telles que Châtelaine, Ladies' Circle, Financial Post, Travelife et Field and Stream. Les visites rendues par les membres des services de rédaction aux journaux de Toronto, d'Ottawa, du Québec et de la Nouvelle-Angleterre ont fortement contribué à promouvoir l'image du Nouveau-Brunswick comme lieu de villégiature et à encourager la rédaction et la publication d'articles sur notre province.

Des dirigeants du Carnaval d'hiver de Québec et des journalistes de la presse écrite et parlée de la province de Québec ont participé à une campagne de promotion spéciale qui s'est déroulée dans le cadre du festival des journées d'hospitalité à Bathurst et des annonces-éclair ont été diffusées par les postes locaux de radio et de télévision pour en-

media contacts in Canada and the United States. This included a special winter package to promote winter activities, i.e. skiing, snowmobiling, etc.

Clipping returns indicate that non-paid publicity linage on New Brunswick in Canadian and American publications was worth $533,492 and that promotional material about New Brunswick reached an estimated 78.9 million potential tourists. Features and black and white photos sent out by editorial services section were printed in many publications receiving linage that would have cost $106,742 if the same space had been purchased as advertising. Of this total, $46,364 was for photos only.

The value of this publicity shows a substantial increase over the previous year and much of this is attributed to the success of the department in attracting media guests to the province and in answering direct requests from travel writers and editors.

Requests from 187 different authors and publications interested in doing stories about New Brunswick were answered with the necessary research and information enabling them to produce accurate material on the province.

This resulted in excellent articles in many well-known publications including the New York Times; Toronto Star, Sun and Globe and Mail; Montreal Gazette, La Presse; Le Soleil; Boston Globe; Hartford Courant; Touring and Travel; Epicure; Homemakers magazine, and Atlantic Insight.

An important continuing function of the editorial services program was to update tour guides and travel books that cover New Brunswick. This work involved such guides as the Exxon Travel Guide, Fodor's Canada edition, American Automobile Association guides, Rand McNally and Mobil Oil travel books and Trailer Life's Recreational Vehicle Campground and Services Directory. Assistance was also provided to authors preparing books on New Brunswick.

PHOTO LIBRARY:

Approximately 7,000 new color transparencies and black and white negatives of provincial attractions and activities were added to the photo library during the year bringing the collection to some 85,000 photographs of which 80 per cent are in color.

During the past year, the library has answered 1,703 requests for black and white photographs and color slides for various publications, television networks, displays and other promotional projects.

There have been 890 showings of the film "The Welcome Season" along with 13 telecasts in Canada and the United States, reaching an audience of nearly a million people.

courager les Néo-Brunswickois à visiter leur propre province.

Huit circulaires renfermant un total de 30 articles consacrés au tourisme et rédigés dans les deux langues officielles, ainsi que des photos en noir et blanc à des fins d'illustration ont été adressées à 350 contacts journalistiques au Canada et aux États-Unis. Cet envoi comprenait une série spéciale sur l'hiver visant la promotion d'activités hivernales telles que le ski, la moto-neige, etc.

Les coupures de journaux reçues ont permis d'établir que le matériel publicitaire canadien et américain sur le Nouveau-Brunswick, publié gratuitement, a atteint une valeur de 533 492 $ et que ce matériel est parvenu à 78,9 millions de touristes éventuels. Les articles et les photos en noir et blanc envoyés par nos services de rédaction ont été reproduits dans nombre de publications où l'espace occupé aurait coûté 106 742 $ si le même espace publicitaire avait été acheté. Sur ce total, les photos à elles seules représentaient la somme de 46 364 $.

La valeur de cette publicité affiche une hausse considérable par rapport à l'an dernier et une grande partie de cette hausse est attribuable au succès du ministère à attirer des journalistes invités et à répondre aux demandes directes des chroniqueurs et rédacteurs touristiques.

Les services de rédaction ont, en effet, répondu aux demandes de 187 rédacteurs et journalistes intéressés à rédiger des articles sur le Nouveau-Brunswick. Ces services ont effectué les recherches nécessaires et fourni des renseignements qui permettaient de produire une documentation précise sur notre province.

C'est ainsi que d'excellents articles sont parus dans bon nombre de publications de premier plan dont New York Times, Toronto Star, Sun, Globe and Mail, Montreal Gazette, la Presse, Le Soleil, Boston Globe, Hartford Courant, Touring and Travel, Epicure, Homemakers Magazine et Atlantic Insight.

Les services de rédaction ont eu pour autre fonction importante la mise à jour des guides et manuels touristiques consacrés au Nouveau-Brunswick. Ce travail a porté sur des guides tels que ceux de Exxon, édition Fodor (Canada), de l'American Automobile Association de Rand McNally et Mobil Oil, ainsi que le répertoire des terrains et services de camping publié par le Trailer Life. La section a également aidé les auteurs qui préparaient des livres sur le Nouveau-Brunswick.

PHOTOTHÈQUE:

La photothèque s'est enrichie pendant l'année de quelque 7 000 nouveaux négatifs noir et blanc et diapositives couleur sur les attractions et activités, ce qui a porté la collection à environ 85 000 photos dont 80 % sont en couleur.

Pendant l'année écoulée, les préposés à la photothèque ont satisfait à 1 703 demandes de photos noir et blanc ou de diapositives destinées à diverses publications, à des réseaux de télévision, à des expositions et à d'autres projets publicitaires.

Le film "The Welcome Season" a fait l'objet de 890 projections et de 13 présentations télévisées au Canada et aux États-Unis et a atteint une audience d'environ un million de spectateurs.

HOSPITALITY NEWSPAPER:

Spring and summer issues of this bilingual newspaper were published by the department and presented news of individuals and organizations and described federal and provincial programs of interest to the tourist industry.

The pubication was suspended when it was agreed that the private industry association, Hospitality New Brunswick, would produce a newsletter in both official languages to keep its members informed.

The department of tourism provided financial and technical assistance to help make this private industry initiative a success.

SPECIAL EVENTS:

The 1981 Calendar of Events recorded the dates of 216 happenings in the province including annual and special events, arts and crafts, live theatre presentations and when the larger, seasonal historical sites are open.

The information collected is widely requested by local, provincial, national and international publications. The basic information provided often leads to feature stories or special coverage by radio and TV.

In addition to listing events, a contact list for each event is maintained and this list is often requested by federal and provincial government departments, the media, service organizations and the private business sector. This year the daily programs of fairs, festivals and exhibitions were obtained. The information was distributed via the department's toll-free information service and sent to the 24 media outlets through the co-operation of the New Brunswick Information Service. Highlights of the special events programs were carried on a regular weekly basis by provincial CBC stations in pre-taped interviews.

During the winter an up-dated ski report was collected and provided to the media and the toll-free telephone system. This information was provided in a weekly voice report to the provincial Canadian Broadcasting Corporation networks in New Brunswick and Prince Edward Island. These reports also formed the basic part of the department's winter advertising campaign.

IN-PROVINCE AWARENESS CAMPAIGN:

The momentum of the campaign was maintained during this year in an attempt to continue to improve the New Brunswick vacation experience and more specifically the awareness of tourism as an industry, the importance of being hospitable to all tourists and the encouragement to residents of all ages to travel in and get to know their own province better.

Brochures containing facts and figures relating to revenues generated by tourism were obtained from Canadian Government Office of Tourism and distributed to groups and individuals.

HOSPITALITÉ:

Le ministère a publié les numéros de printemps et d'été de cette revue bilingue qui sert à présenter les points de vue des particuliers et des organismes et à décrire les programmes fédéraux et provinciaux intéressant l'industrie touristique.

La publication a cessé après qu'il ait été convenu que Hospitalité Nouveau-Brunswick, association touristique privée, publierait un bulletin bilingue pour l'information de ses membres.

Le ministère du Tourisme a fourni une aide financière et technique pour permettre à cette initiative de l'industrie privée d'être couronnée de succès.

ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX:

Le calendrier des activités de 1981 énumérait les dates de 216 événements à se dérouler dans la province, dont les célébrations annuelles et spéciales, les activités artistiques et artisanales et cinq représentations théâtrales, ainsi que les périodes d'ouverture des importants sites historiques.

Les renseignements recueillis font l'objet d'une forte demande de la part de publications locales, provinciales, nationales et internationales. Les renseignements de base ainsi disséminés fournissent souvent la matière à des articles dans la presse ou à des reportages radiodiffusés ou télévisés.

En plus de la liste des événements, nous tenons une liste des personnes à contacter pour chaque événement et cette liste nous est souvent demandée par les ministères des gouvernements fédéral et provinciaux, les médias, le secteur des services et celui de l'entreprise privée. Cette année, nous avons obtenu les programmes quotidiens des foires, festivals et expositions. L'information a été disséminée par le truchement de notre réseau de communications interurbaines sans frais et adressée à 24 organes d'information du Nouveau-Brunswick. Dans le cadre d'entrevues pré-enregistrées, les faits saillants des programmes d'évenements spéciaux ont été diffusés chaque semaine sur les ondes des postes du réseau anglais de Radio-Canada de la province.

Tout au long de l'hiver, nous avons recueilli et tenu à jour des renseignements sur le ski et les avons transmis aux médias d'information ainsi que par le biais du réseau de communications interurbaines sans frais. Cette information a été communiquée par un rapport hebdomadaire oral aux postes du réseau anglais de Radio-Canada au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard. Ces rapports ont également constitué la partie principale de la campagne publicitaire hivernale du ministère.

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

L'élan donné à la campagne a été maintenu cette année en vue de continuer à renforcer l'image du Nouveau-Brunswick comme lieu de villégiature et en particulier à sensibiliser davantage le public au tourisme en tant qu'industrie. De même nous avons mis l'accent sur l'importance de se montrer hospitalier envers tous les touristes et par ailleurs nous nous sommes efforcés d'inciter les résidents de tous âges à voyager davantage dans leur province et à la mieux connaître.

Nous avons obtenu auprès de l'Office de tourisme du Canada des brochures renfermant des faits et des chiffres

In addition to the colorful decals signifying participation in the Fair Exchange Program, a wheel that could be adjusted daily to show the current rate of exchange on U.S. funds was designed and distributed to accommodation, foodservice and service station operators throughout the province. As in 1980, large posters advertising the program were placed in all Tourist Information Centres and at border crossing points.

The special Welcome folders produced in co-operation with Canadian Government Office of Tourism were again made available at all U.S. border crossing points. They contain information on Canada Customs; metric conversion, including distances; speed limits and gasoline; a handy kilometre speedometer, and other pertinent information for tourists entering the province from the U.S.

SPECIAL PROJECTS:

Tourism New Brunswick participated in several special activities in its continuing program of promoting the province as an all-season tourist destination outside as well as inside the province.

Large New Brunswick Christmas trees for public display were presented to Nashville, Tenn. and several New England centres during special ceremonies.

The department assisted with the planning, organization and programming of the Uniroyal World Junior Curling Championship held in Fredericton. It also helped coordinate snowmobile rallies in conjunction with winter festivals at Boiestown and Shediac.

Special ceremonies celebrating New Brunswick Night were arranged at an American Hockey League game between the Moncton Hawks and the Maine Mariners in Portland, Maine.

sur les revenus engendrés par le tourisme et nous les avons distribuées aux groupes et aux particuliers.

En plus des décalcomanies richement colorées marquant la participation au Programme des taux de change équitables, nous avons conçu des roues pouvant être ajustées chaque jour au taux de change du dollar américain et les avons distribuées parmi les exploitants de gîtes touristiques, de services de restauration et de stations-service de toute la province. Comme en 1980, tous les centres d'information touristique et les postes douaniers ont arboré de grandes affiches illustrant ce programme.

Encore une fois, nous avons placé dans tous les postes douaniers des frontières canado-américaines des brochures spéciales produites par l'Office de tourisme du Canada. Ces brochures comprennent des renseignements sur les douanes canadiennes, la conversion métrique et notamment les distances, les limites de vitesse et l'approvisionnement en essence, ainsi qu'un compteur pratique de vitesse et d'autres renseignements précis à l'intention des touristes en provenance des États-Unis.

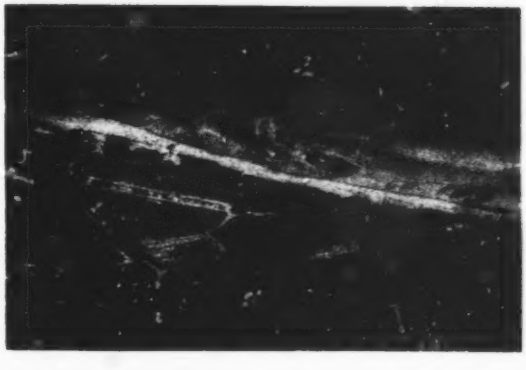
PROJETS SPÉCIAUX:

Tourisme Nouveau-Brunswick a participé à plusieurs activités spéciales dans le cadre de son programme suivi de promotion visant à présenter le Nouveau-Brunswick comme une destination touristique pendant les quatre saisons de l'année tant auprès des étrangers qu'auprès des habitants de la province.

Le Nouveau-Brunswick a expédié de grands arbres de Noël à Nashville (Tennessee) et à plusieurs centres de la Nouvelle-Angleterre pour être présentés au public au cours de cérémonies spéciales.

Le ministère a collaboré à la planification, l'organisation et la programmation du championnat mondial de curling junior Uniroyal qui s'est déroulé à Fredericton. Il a également participé à la coordination de rallyes en motoneige organisés dans le cadre de festivals d'hiver à Boiestown et Shediac.

À l'occasion d'un match de la ligue américaine de hockey entre les Hawks de Moncton et les Mariners du Maine à Portland (Maine), des cérémonies spéciales ont célébré la «soirée du Nouveau-Brunswick».



Aerial view of Parlee Beach
Vue aérienne de la plage Parlee

TRAVEL INFORMATION SERVICES PROGRAM

This program involves the provision of directions and travel information about the province and includes literature production, inquiry processing and the operation of Tourist Information Centres.

INQUIRIES:

The method of responding to each written inquiry by a personal letter followed by an information kit was continued. During the fiscal year, a total of 38,700 inquiries from Canada and the United States were processed in this manner, most of them within 24 hours of receipt.

During the period April 1 to August 12, 1981, a total of 15,580 inquiries referred from the Portland, Me., Atlantic Canada Tourism Program office were processed at Fredericton.

Calls on the Canadian toll-free telephone system continued to increase and reached 17,000, an increase of 4,500 over the previous 12 months. The continued growth of this system has proven its value in providing fast and complete service to potential visitors.

Bulk shipments of literature were made to more than 1,200 automobile clubs, information centres and other organizations providing travel counselling services to visitors throughout Canada and the U.S. Assistance was also given to convention organizers by providing literature and other promotional material.

LITERATURE PRODUCTION:

Approximately 1.7 million pieces of printing were produced using more than 125 tons of paper.

Preparatory work was done during the year for a new publication entitled Fishing and Hunting, which includes a listing of sport outfitters in New Brunswick. The department also produced the Dungarvon Whooper Award, a scroll given to people who assist or contribute significantly in promoting the tourist industry.

Printing is reviewed annually and all items are updated regularly. Some pieces are discontinued and new designs are developed for production. The three major promotional and informative pieces of literature remained the deluxe mini-tour book, Accommodations book and official provincial tour map.

PROGRAMME DE SERVICES D'INFORMATION TOURISTIQUE

Ce programme a pour objet de fournir des renseignements touristiques sur la province; il comprend la publication de textes publicitaires, la réponse aux demandes de renseignements et l'exploitation des centres d'information touristique.

DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS:

Nous avons continué à appliquer la méthode consistant à répondre à chaque demande écrite de renseignements par une lettre personnelle accompagnée de documentation. Pendant l'exercice financier, nous avons appliqué cette méthode pour donner suite à un total de 38 700 demandes provenant du Canada ou des États-Unis et le plus souvent dans les 24 heures de leur réception.

Au cours de la période du 1er avril au 12 août 1981, le bureau de Fredericton a répondu à un total de 15 580 demandes transmises par le bureau chargé du Programme touristique des provinces de l'Atlantique à Portland (Maine).

Le nombre d'appels téléphoniques sans frais a continué d'augmenter et il a atteint 17 000, ce qui représente une augmentation de 4 500 par rapport aux 12 mois précédents. La croissance suivie de ce réseau s'est révélée précieuse en assurant un service rapide et complet à l'intention des touristes éventuels.

Nous avons expédié de la documentation à plus de 1 200 clubs automobiles, centres d'information et autres organismes qui dispensent aux visiteurs des services de consultation partout au Canada et aux États-Unis. Le ministère a également aidé les organisateurs de congrès en leur distribuant de la documentation et d'autres textes publicitaires.

PUBLICATION:

Nous avons produit quelque 1,7 million de brochures ou textes publicitaires et utilisé à cette fin plus de 125 tonnes de papier.

Au cours de l'année, nous avons procédé aux travaux préparatoires en vue d'une nouvelle publication intitulée Chasse et Pêche qui comprend une liste des fournisseurs d'équipement sportif au Nouveau-Brunswick. Le ministère s'est également chargé de la production du prix "Dungarvon Whooper", parchemin offert aux personnes qui aident ou qui apportent une contribution importante à la promotion de l'industrie touristique.

Chaque année, tous les documents qui ont été imprimés sont passés en revue et mis systématiquement à jour. Certains cessent de paraître et nous mettons au point de nouvelles formules de présentation. Les trois principaux documents publicitaires continuent d'être la brochure de luxe des mini-excursions, le répertoire des gîtes touristiques et la carte touristique officielle de la province.

GRAPHIC DESIGN:

Graphic design involved design of tourist literature, organizing and supervising publicity and design themes for special projects and liaison with the many facets of the travel trade industry. Technical assistance was provided for municipal and privately-sponsored travel literature and promotional projects.

TOURIST INFORMATION CENTRES:

Thirteen provincial Tourist Information Centres were operated and maintained throughout the province. The number of visitors using these facilities was 408,773, an increase of 17 per cent over the previous year.

A new Tourist Information Centre was opened on Campobello Island and a second was constructed and opened to replace the existing centre in St. Stephen.

A counsellors' training seminar was held for staff employed by 13 provincial and 26 municipal Tourist Information Centres. The seminar included training for more than 120 counsellors in communication skills, public relations, role of the Tourist Information Centre counsellor, tourist attractions and events in New Brunswick.

District tourism staff conducted mini-tours for provincial Tourist Information Centre staff in order to familiarize staff with attractions in the region in which they worked.

The department kept all municipal Tourist Information Centres supplied with tourism literature.

Departmental staff held meetings with all municipal Tourist Information Centre sponsors, assisting and advising them in planning the operation of their Tourist Information Centres.

Dial-A-Nite, a free reservations system provided at all provincial Tourist Information Centres, Kings Landing, Acadian Historical Village and promotion branch, was used on 25,845 occasions, up 52 per cent over the previous year.

An experimental project, initiated through NBTel, was the installation of a Telidon terminal in the Campobello Tourist Information Centre in order to determine the feasibility of the use of the system in provincial Tourist Information Centres.

A sum of over $500,000 of capital funds was spent on Tourist Information Centres throughout the province.

ARTS GRAPHIQUES:

La section des arts graphiques s'est chargée de la conception de la documentation touristique, de l'organisation et de la surveillance de la publicité et de la définition des thèmes; elle a également assuré la liaison avec les nombreuses composantes de l'industrie touristique. Par ailleurs, elle a apporté son concours sur le plan technique à la préparation de la documentation touristique et des projets publicitaires entrepris par les municipalités et le secteur privé.

CENTRES D'INFORMATION TOURISTIQUE:

Le ministère a exploité et entretenu treize centres d'information touristique disséminés à travers la province. Le nombre de personnes ayant rendu visite à ces centres s'est élevé à 408 773, soit une augmentation de 17 pour cent par rapport à l'année précédente.

Le ministère a inauguré un nouveau centre d'information touristique sur l'île de Campobello et il en a construit et inauguré un autre en remplacement du centre de St. Stephen.

Un atelier de formation de conseillers a été organisé à l'intention des employés des 13 centres provinciaux et des 26 centres municipaux d'information touristique. Cet atelier a porté sur la formation de plus de 120 conseillers en ce qui touche la communication, les compétences, les relations publiques, le rôle du conseiller du centre d'information touristique, les centres d'attraction et les manifestations touristiques au Nouveau-Brunswick.

Le personnel de district du ministère a organisé des mini-tournées à l'intention des employés des centres provinciaux d'information touristique en vue de les familiariser avec les attractions offertes par la région où ils exerçaient leurs fonctions.

Le ministère a fourni une ample provision de brochures touristiques à tous les centres municipaux d'information touristique.

Nos fonctionnaires ont eu des réunions avec tous les organisateurs de ces centres et les ont aidés et conseillés en matière de planification.

Nos fonctionnaires ont également aidé le comité des subventions gouvernementales à donner suite aux demandes de subvention aux fins d'exploitation des centres d'information touristique.

Télé-Réservation, service de réservation gratuite offert par tous les centres provinciaux d'information touristique ainsi qu'à Kings Landing, au Village historique acadien et à la direction de la promotion, a été utilisé à 25 845 reprises, ce qui représente une augmentation de 52 pour cent par rapport à l'année précédente.

Un projet expérimental, lancé par NBTel, a consisté à installer un terminal Telidon au centre de Campobello en vue de déterminer la faisabilité de l'emploi du système dans les centres d'information touristique de la province.

Un investissement de plus de 500 000 $ a été consacré aux centres d'information touristique de la province.

PROVINCIAL PARKS PROGRAM

OPERATION OF PARKS:

The department operated and maintained 58 parks within the provincial parks system. Four parks were operated by private individuals under concession agreement. Facilities operated included 2,612 campsites, 2,174 picnic sites, 31 beaches, a ski hill and two golf courses. The total area of these parks was 21,696 hectares (53,558 acres). The department also had several park reserves with an area of 1,458 hectares (2,611 acres).

VISITOR ATTENDANCE:

Camper attendance at provincial parks was 310,355, a decrease of 6.5% over 1980. Total visitor attendance was 2,531,544, a 3.5% decrease from the previous year.

Percentages of campers using provincial parks in 1981 were: New Brunswick, 35.6; other Canadian provinces, 48.4; U.S.A., 14.8; other countries, 1.2.

PROGRAMS - SUMMER:

Twelve provincial parks featured recreation areas with play equipment. Three of these offered programs of organized activities for people staying in parks.

Nine provincial parks provided supervised swimming areas for over 555,949 visitors. This included one provincial park providing supervised swimming in conjunction with the operation of a heated swimming pool.

Interpretive programs were operated in three provincial parks. Programs were continued at Mactaquac and New River Beach Provincial Parks, while a new interpretive program was initiated at The Rocks Provincial Park. Visitors were receptive and over 25,000 visitors took advantage of this program.

Attendance at organized nature walks and talks, as well as those who experienced the nature trails on their own, totalled 44,222, an increase of 137 per cent over the previous year.

The 18-hole golf course at Mactaquac Provincial Park had 21,689 rounds of golf played in 1981, an increase of 13.9 per cent, averaging 137 players per day.

Herring Cove Provincial Park's 9-hole golf course on Campobello Island had 5,527 rounds of golf played in 1981, averaging 36 players per day.

Two provincial parks operated on a year-round basis; Mactaquac and Sugarloaf.

PROGRAMME DES PARCS PROVINCIAUX

EXPLOITATION DES PARCS:

Le ministère a assuré l'exploitation et l'entretien de 58 parcs provinciaux. Quatre parcs étaient exploités par des particuliers dans le cadre d'un programme de concessions. Les parcs provinciaux comprennent 2 612 emplacements de camping, 2 174 emplacements de pique-nique, 31 plages, une pente de ski et deux terrains de golf. Ces parcs couvraient une superficie de 21 696 hectares (53 558 acres). Le ministère s'est également chargé de plusieurs réserves d'une superficie de 1 458 hectares (2 611 acres).

NOMBRE DE VISITEURS:

Le nombre de campeurs dans les parcs provinciaux s'est élevé à 310 355, soit une diminution de 6,5 % par rapport à 1980. Le nombre total de visiteurs a été de 2 531 544, soit une baisse de 3,5 % par rapport à l'année précédente.

Les pourcentages de campeurs selon leur origine, dans les parcs provinciaux, en 1981, ont été les suivants: Nouveau-Brunswick, 35,6; autres provinces du Canada, 48,4; États-Unis, 14,8; autres pays, 1,2.

PROGRAMMES - ÉTÉ:

Douze parcs provinciaux offraient des aires de loisirs dotées de matériel récréatif. Trois parcs ont présenté des programmes d'activités organisées à l'intention de leurs campeurs.

Neuf parcs provinciaux ont offert des aires de natation surveillées à plus de 555 949 visiteurs. Un parc en particulier offrait un service de surveillance pour la natation dans une piscine chauffée.

Des programmes d'interprétation de la nature ont été donnés dans trois parcs provinciaux. Deux de ces programmes, ceux des parcs de Mactaquac et de Beach, New River, reprenaient les programmes antérieurs et un troisième a été lancé au parc provincial The Rocks. La réaction des visiteurs a été favorable et plus de 25 000 personnes en ont profité.

Les participants aux excursions et aux exposés sur la nature ainsi qu'aux promenades individuelles dans les sentiers ont atteint un total de 44 222, soit 137 pour cent de plus qu'au cours de l'année précédente.

Le parcours de golf de 18 trous du parc provincial de Mactaquac a été le théâtre de 21 689 tours de golf en 1981, soit une augmentation de 13,9 pour cent et une moyenne de 137 joueurs par jour.

Quant au parcours de golf de 9 trous du parc provincial de Herring Cove sur l'île de Campobello, il a accueilli en 1981 une moyenne de 36 joueurs par jour qui ont joué 5 527 rondes de golf.

Les deux parcs provinciaux de Mactaquac et de Sugarloaf sont restés ouverts toute l'année.

PROGRAMS - WINTER:

Winter activities at Mactaquac and Sugarloaf Provincial Parks included cross-country skiing, snowshoeing, snowmobiling, skating, sleigh rides and tobogganing. At Sugarloaf, 42,104 skiers used the ski hill in 1981. Various alpine and cross-country races were held in these parks.

NEW FACILITIES:

Two new facilities, the St. Stephen and Campobello Information Centres, were officially opened in July of 1981.

A contract was awarded for the construction of a new information centre in West Saint John.

Site development commenced for two new information centres - Deer Island and Chatham/Newcastle. Design commenced for a new building at St. Andrews to replace the existing Tourist Information Centre.

Work on interior renovations and modernization of facilities at the Moncton Tourist Information Centre was undertaken this year. This facility was constructed in 1957 and required some upgrading to meet increased visitor demand.

Staff assisted in numerous special activities at provincial parks including Mactaquac Handcraft Festival, Mactaquac Lake Big Bass Tournament, Red Fisher television shows, alpine and cross-country ski races, Pepsi-Cola volleyball match at Parlee Beach Provincial Park, etc.

PUBLIC RELATIONS AND LAW ENFORCEMENT:

Provincial park staff dealt with a total of 357 occurrences involving vandalism, rowdyism, break, enter and theft, disturbing the peace, motor vehicle accidents and violations of the Parks Act, Fish and Wildlife Act and the Liquor Control Act during the past year. This represents a decrease of 13 per cent over 1980. However, the increased cost of vandalism and theft of department property in 1981 has been dramatic. The total reported costs were $26,200, an increase of nearly $12,000.

The department is continuing with its public relations and law enforcement program and the training of park warden staff to deal with incidents and to assist park users.

PROGRAMMES - HIVER:

Les activités d'hiver dans les parcs provinciaux de Mactaquac et de Sugarloaf comprenaient le ski de randonnée, la raquette, la motoneige, le patinage, les promenades en traîneau et la luge. Au parc Sugarloaf, 42 104 visiteurs ont emprunté la pente de ski en 1981. Diverses courses de ski alpin et de ski de randonnée ont été organisées dans ces parcs.

NOUVELLES INSTALLATIONS:

Deux nouveaux centres d'information touristique ont été officiellement inaugurés en juillet 1981, l'un à St. Stephen, l'autre à Campobello.

Un contrat a été adjugé pour la construction d'un nouveau centre à Saint-Jean ouest.

On a commencé l'aménagement du terrain de deux nouveaux centres, ceux de Deer Island et de Chatham/Newcastle. Par ailleurs, on a commencé la préparation des plans d'un nouveau bâtiment qui remplacera l'actuel centre d'information touristique de St. Andrews.

Le ministère a aussi entrepris les travaux de rénovation intérieure et de modernisation du centre d'information touristique de Moncton. Celui-ci avait été construit en 1957 et il nécessitait certaines améliorations afin de satisfaire l'afflux croissant de visiteurs.

Nos fonctionnaires ont prêté leur concours à l'organisation d'une foule d'activités spéciales dans les parcs provinciaux, telles que le festival d'artisanat de Mactaquac, le tournoi de pêche à l'achigan au lac Mactaquac, les spectacles télévisés de Red Fisher, les courses de ski alpin et de ski de randonnée, la partie de volleyball Pepsi-Cola au parc provincial de Parlee Beach, etc.

RELATIONS PUBLIQUES ET MAINTIEN DE L'ORDRE:

Au cours de l'année écoulée, le personnel des parcs provinciaux a dû s'occuper de 357 incidents de toutes sortes: actes de vandalisme, chahut, cambriolages, atteintes à l'ordre public, accidents routiers et violations de la Loi sur les parcs, de la Loi sur la chasse et la pêche et de la Loi sur la réglementation des alcools. Ce chiffre représente une augmentation de 13 pour cent par rapport à 1980. Toutefois, l'augmentation du coût du vandalisme et du vol des biens du ministère en 1981 a été encore plus spectaculaire. En effet, le coût des pertes signalées s'est élevé à 26 200 $, ce qui représente une augmentation de près de 12 000 $.

Le ministère poursuit son programme de relations publiques et de maintien de l'ordre ainsi que la formation des gardiens de parcs en vue de faire face à ces incidents et d'aider les usagers.

PARK DEVELOPMENT AND MAINTENANCE:

The Provincial Park Development Program includes the planning, design and construction of new park facilities through the Capital Works Program utilizing both provincial and federal funds. About $2.8 million was spent on this program of which $.4 million was shared by the federal government under the various sub-agreements.

Major developments during the year were at Sugarloaf, Parlee Beach, Oak Point, New River Beach, Woolastook, Mactaquac and Mount Carleton Provincial Parks.

At Sugarloaf Provincial Park the service centre was completed under two contracts, one for structural steel and the second for the completion of the building.

The maintenance garage at Parlee Beach Provincial Park was erected. Completion of the interior finishes and site work are planned for next year.

At New River Beach Provincial Park work was completed for expansion of the campground and a new water supply for the park.

Phase II of the redevelopment program at Oak Point Provincial Park was completed. This work included the regrading of the day-use area, campground area, operational facilities and buildings.

At Woolastook Provincial Park work continued on the construction of the campground. This work included, under contract, the construction of a sewage lagoon and installation of water, sewer and electrical services.

At Mactaquac Provincial Park a new two-bay extension to the maintenance garage was completed to replace one destroyed by fire a few years previously.

At Mount Carleton Provincial Park work continued on the construction of roads and drainage systems. Large diameter pipe-arch culverts were installed in critical locations on brooks and streams under the new road system.

Design work began this year on four major projects to be cost-shared with the federal government. These projects are the redevelopment of Chaleur Provincial Park, a campground at Mount Carleton Provincial Park, the Grand Falls Gorge Project and a summer slide at Sugarloaf Provincial Park. A contract was called and awarded for the purchase of the summer slide components at a value of $490,000.

Major upgrading work took place at many other parks as well. At Middle Island Provincial Park large diameter culverts were installed under the causeway entrance to allow increased flushing and cleansing action on both sides of the causeway.

At Shippagan Provincial Park two kitchen shelters were constructed using requisitioned materials and the department's own labor force where possible.

At Murray Beach Provincial Park a new comfort station was completed under contract to meet the increased visitor demand.

AMÉNAGEMENT ET ENTRETIEN DES PARCS:

Le programme d'aménagement des parcs provinciaux comprend la planification, la conception et la construction de nouvelles installations touristiques dans le cadre du programme de travaux d'équipement dont les fonds proviennent des gouvernements provincial et fédéral. Environ 2,8 millions de dollars ont été dépensés dans le cadre de ce programme, dont le gouvernement fédéral a pris 400 000 $ à sa charge en vertu des diverses ententes auxiliaires.

Au cours de l'année, les principaux travaux d'aménagement effectués ont été dans les parcs provinciaux de Sugarloaf, Parlee Beach, Oak Point, New River Beach, Woolastook, Mactaquac et Mont Carleton.

Au parc de Sugarloaf, le centre a été terminé dans le cadre de deux contrats, l'un portant sur la structure d'acier, l'autre sur l'achèvement du bâtiment.

Au parc provincial de Parlee Beach, un garage pour l'équipement d'entretien a été mis en place. L'achèvement des finitions d'intérieur et des travaux de chantier est prévu pour l'année prochaine.

Au parc de New River Beach, les travaux d'agrandissement du terrain de camping et d'installation d'un approvisionnement en eau sont maintenant terminés.

La phase II du programme de réaménagement du parc provincial de Oak Point a été parachevée. Les travaux comprenaient la rénovation de l'aire utilisée le jour, de celle des terrains de camping, des installations et des bâtiments d'exploitation.

Au parc de Woolastook, se sont poursuivis les travaux de construction du terrain de camping. Ces travaux comprenaient la construction sous contrat d'un bassin d'eaux usées et l'installation des services d'eau, d'égout et d'électricité.

Au parc Mactaquac, on a terminé une nouvelle annexe à deux travées à l'atelier d'entretien, en remplacement de l'atelier détruit dans un incendie il y a quelques années.

Au parc du Mont Carleton, la construction des routes et des systèmes de drainage s'est poursuivie avec l'installation des ponceaux à gros diamètre à des endroits stratégiques au-dessus des ruisseaux et des cours d'eau coulant sous le nouveau réseau routier.

Cette année, a commencé l'étude de quatre importants projets à frais partagés avec le gouvernement fédéral, à savoir: le réaménagement du parc Chaleur, un terrain de camping au parc du Mont Carleton, le projet des gorges de Grand-Sault et une glissoire d'été au parc Sugarloaf. Un appel d'offres a été lancé et le contrat pour l'achat des éléments de cette glissoire a été adjugé pour 490 000 $.

Dans nombre d'autres parcs provinciaux également, on a procédé à de gros travaux d'amélioration. Au parc de Middle Island, des ponceaux à gros diamètre ont été installés sous l'entrée de la route afin d'accélérer le processus d'évacuation et de débourdage des deux côtés de la route.

Au parc de Shippagan, deux abris-cuisines ont été construits à l'aide de matériaux réquisitionnés et, dans la mesure du possible, de la main-d'oeuvre propre du ministère.

At The Rocks Provincial Park major improvements were made to the landscaping and parking lots. The stairs to the beach were cleaned and recoated to protect and beautify their appearance.

At Herring Cove Provincial Park all of the buildings on the property formerly known as the Adams Estate were made level and weathertight with new roofs. The state of these buildings made it necessary to recondition them in order to protect them for the future. Walking trail development was undertaken and work on the practice fairway was completed.

At Oak Bay Provincial Park the entrance area was redesigned and new landscaping, curbing and fencing completed. A new kiosk at the entrance to the campground was constructed.

At St. Leonard Provincial Park work continued on the expansion of existing facilities, 34 new serviced campground sites were constructed and roads to them mostly completed. New dusk-to-dawn lights were erected in the campground and day-use areas.

At Sunbury-Oromocto and at Frontiere Provincial Parks work continued on a new campground development with the addition of gravel to the roads and sites.

Chipseal work was completed at Youghall Beach, Val Comeau, Neguac, Mactaquac, Oak Point and Sugarloaf Provincial Parks.

There were capital monies spent on small items in the upgrading programs for 10 additional provincial parks.

PLANNING AND DESIGN:

Plans were prepared for the upgrading of existing facilities and development of new facilities within the provincial parks system.

A redevelopment plan was completed for Val Comeau Provincial Park which was aimed at solving a major erosion problem of the sand dunes.

One major new facility was planned at Mount Carleton Provincial Park, an 88-unit campground which includes kitchen shelters, a playground and other amenities.

As the implementing agency under the Developing Regions Agreement, Tourism prepared conceptual or development plans for the Grand Falls Gorge project and Chaleur Provincial Park.

Au parc de Murray Beach, en vue de répondre à l'augmentation du nombre de visiteurs, un nouveau cabinet d'aisance a été terminé sous contrat.

Au parc The Rocks, l'aménagement paysager et les terrains de stationnement ont fait l'objet d'améliorations considérables. Les marches menant à la plage ont été nettoyées et recouvertes d'une nouvelle couche de peinture afin de les protéger contre les intempéries et d'embellir leur apparence.

Au parc Herring Cove, tous les bâtiments se trouvant sur le terrain appelé autrefois "Domaine Adams" ont été nivelés, rendus hermétiques et recouverts de nouveaux toits. C'est l'état de ces bâtiments qui a dicté leur remise en état afin de les protéger pour l'avenir. L'aménagement des sentiers de promenade a été entrepris et les travaux de la piste d'entraînement ont été terminés.

Au parc de Oak Bay, l'aire d'entrée a été redessinée et l'on a terminé un nouvel aménagement paysager, de nouveaux trottoirs et de nouvelles clôtures.

Au parc de St-Léonard, les travaux d'expansion des installations existantes se sont poursuivis; 34 nouveaux emplacements de camping viabilisés ont été construits et les chemins qui y mènent ont, pour la plupart, été terminés. De nouveaux lampadaires allumés toute la nuit ont été installés sur les terrains de camping et dans les aires fréquentées de jour.

Aux parcs Sunbury-Oromocto et Frontière, les travaux d'aménagement d'un nouveau terrain de camping se sont poursuivis par l'addition de gravier sur les chemins et les terrains.

À Youghall Beach, Val Comeau, Neguac, Mactaquac, Oak Point et Sugarloaf, les travaux de goudronnage sont terminés.

Enfin, certains fonds ont été affectés à des postes mineurs dans le cadre des programmes d'amélioration de dix autres parcs provinciaux.

PLANIFICATION ET CONCEPTION:

Des plans ont été préparés pour l'amélioration des installations existantes et l'aménagement de nouvelles installations dans le cadre du réseau provincial de parcs.

Le plan de réaménagement du parc provincial de Val Comeau a été parachevé; ce plan visait la solution d'un grave problème d'érosion affectant les dunes de sable.

Une nouvelle installation importante a été planifiée pour le parc provincial du Mont Carleton, soit un terrain de camping de 88 unités comprenant des abris-cuisines, un terrain de jeux et d'autres commodités.

À titre d'organisme d'exécution prévu par l'entente sur les régions en développement, le ministère du Tourisme a préparé les plans de conception et d'aménagement pour le projet des gorges de Grand-Sault et du parc provincial Chaleur.

TOURIST INDUSTRY DEVELOPMENT PROGRAM

ACCOMMODATION INSPECTION:

All tourist accommodations in the province are licensed and regularly inspected in accordance with the Tourism Development Act and Regulations. Follow-up inspections are carried out, as required, to ensure adherence to the legislation. A new accommodation inspector training program was developed and implemented. Data on accommodations was gathered and published in the Accommodations book.

The following table outlines the types of licensed accommodations and number of units available:

Type of Accommodation	No. of Establishments	No. of Units
Hotel/Motel/Cabins Tourist Homes	342	8,488
Campgrounds (Provincial)	31	2,612
Campgrounds (Private)	135	9,473
Campgrounds (Federal)	7	1,046
Outfitters	97	,436
Farm Vacations	25	86
TOTAL (1981-82)	637	22,141
TOTAL (1980-81)	648	21,782
CHANGE	– 11 (1.69%)	+ 359 (1.65%)

The estimaged drop in the number of establishments was 11, or 1.69%, but the number of units available increased by 359, or 1.65% during the same period.

A number of smaller establishments ceased operation while major expansions were made by larger operators.

TECHNICAL ASSISTANCE:

Technical advice was offered to the public to assist in park and tourism development. Such service was provided to the following:

Town of Tracadie, Lac Baker liaison committee, group of Hartland businessmen, Maple Valley Ski Club, Jacquet River, village of Doaktown, city of Moncton, town of Woodstock and numerous private individuals.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

INSPECTION DES ÉTABLISSEMENTS TOURISTIQUES:

Tous les établissements touristiques sont tenus d'obtenir un permis et ils sont inspectés régulièrement conformément à la Loi et aux règlements sur le développement touristique. Des inspections de contrôle sont effectuées, selon les règlements, en vue d'assurer le respect de la législation. Le ministère a conçu et mis à exécution un nouveau programme de formation d'inspecteurs d'établissements touristiques. Des données sur les gîtes touristiques ont été recueillies et publiées dans le répertoire intitulé «Gîtes touristiques».

Le tableau ci-dessous indique les divers types d'hébergement détenteurs d'un permis et le nombre d'unités de logement:

Type d'hébergement	Nombre d'établissements	Nombre d'unités
Hôtel/Motel/Cabines/ Maison de chambres pour touristes	342	8,488
Terrains de camping (provinciaux)	31	2,612
Terrains de camping (privés)	135	9,473
Terrains de camping (fédéraux)	7	1,046
Pourvoyeurs	97	436
Fermes d'hébergement	25	86
TOTAL (1981-1982)	637	22 141
TOTAL (1980-1981)	648	21 782
VARIATION	-11 (1,69 %)	+ 359 (1,65 %)

La baisse du nombre d'établissements a été estimée à 11, soit 1,69 %, mais le nombre d'unités disponibles a augmenté de 359, soit de 1,65 % pendant la même période.

Un certain nombre de petits établissements ont fermé leurs portes alors que les grands établissements ont bénéficié d'une importante expansion.

SERVICES TECHNIQUES:

Nous avons fourni au public des conseils techniques sur le développement des parcs et du tourisme. Les bénéficiaires de ces services ont été les suivants:

La ville de Tracadie, le comité de liaison du lac Baker, un groupe d'hommes d'affaires de Hartland, le club de ski de Maple Valley, Jacquet River, le village de Doaktown, la ville de Moncton, la ville de Woodstock et de nombreux particuliers.

ANTI-LITTER PROGRAM:

A full-time co-ordinator for the Anti-Litter Program was appointed.

The phrase "clean-up" was dropped from the program title, but was retained as one of the several components in this program.

Advertising and promotion took on new dimensions with the re-introduction of television advertising after several years absence. In addition, large advertisements were placed in all provincial newspapers which consisted of an invitation from the minister of tourism to the general public asking them to become involved.

The educational aspect of the program was expanded through the purchase of audio-visual equipment. Presentations and films were offered in each of the tourism districts.

A highway litter survey was designed and implemented on 155 km of highway. The objectives of the survey were to determine actual amounts, types and sources of roadside litter so that corrective action can be taken.

The over-all program had the continued co-operation and assistance of several other government departments, municipalities and local community organizations.

POLICY PLANNING:

Over the past year this section performed a co-ordinating role in three sub-agreements under the General Development Agreement.

a) Developing Regions: Grand Falls Gorge Development, park at Grand Manan ferry wharf, Black's Harbour, Plaster Rock campground and recreation area, St. Stephen Tourist Information Centre.

b) Northeast: Sugarloaf Provincial Park summer slide, development of Chaleur Provincial Park, campground at Mount Carleton Provincial Park, Pokeshaw scenic development, Tourism organizational seminars, Tourism signs and brochures and Restigouche Region Tourism Development Plan.

c) Planning: Miramichi Region Development Plan.

The Grand Falls Gorge Development Project received approval for land acquisition and development. As well, survey work was completed and design work carried out.

Blacks Harbour Park received approval for funding, land acquisition and development, land was acquired and design work contracted.

The campground phase of the Plaster Rock Park Project was completed and opened during this period with a total of 25 new campground sites added.

Sugarloaf Provincial Park Summer Slide Project, Chaleur Provincial Park Development and Mount Carleton Provincial park Projects received approval.

PROGRAMME «GUERRE AUX DÉCHETS»:

Le ministère a nommé un coordonnateur à temps plein du programme «Guerre aux déchets». L'expression «embellissement» a été retirée du titre du programme, mais elle a été retenue comme l'une des composantes de la campagne.

La publicité et la promotion ont revêtu de nouveaux aspects, grâce à la ré-introduction de la publicité télévisée après plusieurs années d'interruption. Par ailleurs, des annonces ont été publiées dans les journaux de la province; ces annonces consistaient en une invitation, de la part du ministre du Tourisme, au public pour demander à ce dernier de s'engager dans la lutte aux déchets.

Grâce à l'achat d'un équipement audio-visuel, l'aspect éducatif du programme a pu être amplifié et des exposés et des projections ont été présentés dans chacun des districts touristiques.

Nous avons mis au point et effectué une enquête sur les déchets le long d'une route de 155 km. Cette enquête visait à déterminer les quantités, la nature et les sources réelles des déchets jonchant le bord des routes, afin d'envisager les mesures de redressement nécessaires.

L'ensemble du programme a bénéficié de la coopération et de l'aide de plusieurs autres ministères, des municipalités et des organismes communautaires locaux.

ÉLABORATION DES PROGRAMMES:

Pendant l'année écoulée, cette section a joué un rôle de coordination dans le cadre des trois ententes auxiliaires rattachées à l'entente générale d'aménagement, à savoir:

a) Régions en voie de développement: Aménagement des gorges de Grand-Sault, parc au quai des traversiers de Grand Manan, Black's Harbour, terrain de camping et aire de loisirs de Plaster Rock, centre d'information de St. Stephen.

b) Nord-est: Glissoire d'été du parc provincial Sugarloaf, aménagement du parc provincial Chaleur, terrain de camping au parc provincial du Mont Carleton, aménagement paysager de Pokeshaw, séminaires d'organisation touristique, panneaux et brochures touristiques et plan d'aménagement touristique de la région de Restigouche.

c) Planification: Plan d'aménagement de la région de la Miramichi.

L'acquisition et l'aménagement des terrains ont été approuvés dans le cadre du projet d'aménagement des gorges de Grand-Sault. Les travaux d'arpentage ainsi que les travaux de conception de ce même projet sont terminés.

Dans le cadre du projet de parc de Blacks Harbour, le financement, l'acquisition et l'aménagement ont été approuvés, les terrains ont été achetés et les travaux de conception ont été adjugés par contrat.

Work was completed on the Restigouche Tourism Development Plan and initiated on the Miramichi Region Development Study.

As part of the government's General Economic Development Strategy, a Tourist Sector Strategy for New Brunswick was completed.

Staff prepared the Tourist Information Centre Plan and provided assistance in preparation of the New Brunswick Tourism Market Strategy and the Tourism Development Strategy for New Brunswick.

Four student employment projects were implemented under the Canada Student Employment Program.

Co-ordination and staffing assistance were provided to a number of municipalities, entrepreneurs, various branches of government and specifically to the department of education in the design of a curriculum for a hospitality course in the community colleges.

RESEARCH AND EVALUATION:

Research activities were directed toward monitoring market and industry developments, special studies and program evaluations.

a) **Industry Revenues Increase:**

Analysis of tourism industry performance in 1981 showed revenues increased by 11.5 per cent to reach an all-time high of $289.7 million. Of this total $174.5 million was spent by visitors to the province, the remaining $115.2 million by residents travelling within the province. Visitation during the year numbered 4.1 million visitors of which 1.7 million stayed at least one night in the province.

b) **Market Strategy Completed:**

The department's first five year market strategy was prepared in 1981. This strategy establishes marketing goals and objectives up to 1986. Industry performance over the past 10 years was reviewed; new trends and market shifts were identified; priorities were established and implementation schedules were outlined. The strategy recommends several shifts in program direction to meet the changing trends of today's market place.

La phase «terrain de camping» du projet de parc de Plaster Rock a été terminée; le terrain a été ouvert au cours de cette période et 25 nouveaux lieux de camping y ont été ajoutés.

Le projet de glissoire d'été du parc provincial Sugarloaf, ainsi que les projets d'aménagement des parcs provinciaux Chaleur et du Mont Carleton ont été approuvés.

Les travaux entrepris dans le cadre du plan d'aménagement touristique de Restigouche ont été terminés; par ailleurs, une étude a été entreprise sur l'aménagement de la région de la Miramichi.

Dans le cadre de la Stratégie gouvernementale de développement de l'industrie touristique, la section a mis au point une stratégie touristique sectorielle pour le Nouveau-Brunswick.

Le personnel de la section a préparé le plan pour les Centres d'information touristique et offert son concours à la préparation de la Stratégie des marchés touristiques du Nouveau-Brunswick et de la Stratégie de développement touristique pour la province.

En vertu du programme canadien d'emploi des étudiants, quatre projets de recrutement d'étudiants ont été exécutés.

Un certain nombre de municipalités et d'entrepreneurs, divers services gouvernementaux et notamment le ministère de l'Éducation ont bénéficié de la coordination et de la dotation en personnel assurées par la section pour la conception du programme d'un cours sur l'hospitalité donné dans les collèges communautaires.

RECHERCHE ET ÉVALUATION:

Les recherches ont porté sur le contrôle du marché et les développements dans l'industrie; certaines études particulières et évaluations de programmes ont été entreprises, à savoir:

a) **Augmentation des revenus de l'industrie:**

L'analyse de la performance de l'industrie touristique en 1981 a révélé que les revenus avaient augmenté de 11,5 pour cent, atteignant ainsi un record jamais atteint de 289,7 millions de dollars, dont 174,5 millions dépensés par les visiteurs de l'extérieur de la province, les 115,2 millions restants par les résidents circulant à travers la province. Le nombre de visiteurs durant l'année s'est élevé à 4,1 millions de personnes dont 1,7 million ont séjourné au moins une nuit dans la province.

b) **Stratégie de commercialisation:**

Le ministère a préparé sa première stratégie quinquennale de commercialisation en 1981. Cette stratégie établit des objectifs de commercialisation jusqu'en 1986. La performance de l'industrie au cours des dix dernières années a été examinée; de nouvelles tendances et orientations ont été observées; des priorités ont été établies et des échéanciers ont été dressés. La stratégie recommande plusieurs modifications à l'orientation des programmes afin de répondre à l'évolution des tendances du marché d'aujourd'hui.

c) **Motorcoach Growth Continues:**

A major study of the province's motorcoach market showed tour nights increased for the sixth consecutive year reaching a total of 2,490 tour nights, 12.9 per cent more than the 2,205 tour nights of 1980. Canadian-based companies led in growth, increasing by 22.7 per cent to 1,344 tour nights. U.S. growth held at a modest 0.5 per cent increase totalling 1,102 nights.

d) **Monitoring/Evaluations:**

Staff continued its ongoing monitoring of the tourism industry including the monthly occupancy program, visitation to Tourist Information Centres and accommodation growth. Special projects and evaluations included:

- effectiveness of Telidon in Tourist Information Centres
- special reports on the characteristics of visitation to select attractions
- initial evaluation of an automated information system
- motorcoach supply studies
- special accommodation occupancy trend analysis

e) **Other Activities:**

The research section was active in providing technical assistance to municipalities and the private sector, prepared the year-end visitation report for the Atlantic Canada Tourism Program and chaired the Canadian Technical Sub-Committee on Travel Research and the Atlantic Canada Research Committee. A major new study of the U.S. travel market and its potential for Atlantic Canada was co-ordinated through the Atlantic Canada Tourism Program.

DEVELOPMENT:

Development section staff assisted in the encouragement of new and improved activity in the tourism industry, notably in the private sector.

During the year, a large number of inquiries were answered and a variety of information provided on the technical and financial concerns of individuals seeking to establish or expand tourism businesses.

The business advisory service provided a number of reviews of specific development opportunities identified by business persons. Other firms were successfully assisted in evaluating or re-aligning their position in light of strained financial conditions.

c) **Augmentation suivie du nombre de voyages en autocar:**

Une vaste étude du marché des voyages en autocar dans la province a fait ressortir que le nombre de nuitées avait augmenté pour la sixième année consécutive et atteint le total de 2 490, soit une augmentation de 12,9 pour cent sur les 2 205 nuitées enregistrées en 1980. A cet égard, les compagnies canadiennes d'autocars ont dominé, ayant bénéficié d'une augmentation de 22,7 pour cent et assuré 1 344 nuitées. Les compagnies américaines ont enregistré une modeste croissance de 0,5 pour cent et assuré un total de 1 102 nuitées.

d) **Contrôles et évaluations:**

Le personnel de la section a continué de produire des relevés sur l'industrie touristique et notamment le programme mensuel consacré aux taux d'occupation, au nombre de visites aux centres d'information touristique et à l'augmentation du nombre de gîtes touristiques. Parmi les évaluations et projets spéciaux, citons:

- l'efficacité du système Telidon dans les centres d'information touristique
- des rapports spéciaux sur les caractéristiques des visiteurs de certains centres d'attraction
- une évaluation initiale d'un système automatisé d'information
- des études sur l'approvisionnement des autocars
- une analyse spéciale des tendances en matière d'occupation des gîtes touristiques

e) **Autres activités:**

La section des recherches a offert une assistance technique active aux municipalités et au secteur privé; elle a préparé le rapport de fin d'année sur le nombre de visites dans le cadre du Programme touristique des provinces de l'Atlantique; enfin, les membres de la section ont présidé le sous-comité technique canadien de recherche sur le tourisme et le comité de recherche des provinces de l'Atlantique. Par ailleurs, dans le cadre du programme canadien du tourisme, la section a coordonné une nouvelle étude importante sur le marché touristique américain et son potentiel pour les provinces de l'Atlantique.

DÉVELOPPEMENT:

Le personnel de la section de développement a contribué à encourager le lancement d'activités nouvelles et améliorées dans l'industrie touristique et notamment dans le secteur privé.

Durant l'année, la section a répondu à un grand nombre de demandes de renseignement dont certaines portaient sur des problèmes techniques et financiers soulevés par des personnes désireuses d'établir ou de développer des entreprises touristiques.

Le service de consultation commerciale a fourni un certain nombre d'études sur les perspectives particulières de développement déterminées par les hommes d'affaires. Ce service a également aidé d'autres entreprises à évaluer ou à repenser leur position face à des difficultés financières.

In working closely with industry associations, the section undertook a pilot program with the Campground Owners Association in organizing and analysing management accounting information. This program has had a beneficial impact on pricing and cost control at campgrounds in New Brunswick.

Working with two federal agencies, Design Canada and Canadian Government Office of Tourism, the section and Hospitality New Brunswick co-ordinated the effective delivery of a management seminar entitled Tourism: "Profit by Design". Over 65 industry and government representatives participated in this program which sought to achieve improved efficiencies through effective design. This seminar complemented an earlier initiative to draw the industry's attention to the benefits of the Mobile Energy Audit Program's on-site assessment of energy utilization.

LAND ACQUISITION:

During the fiscal year 1981-82 under the land acquisition phase of the program, several properties were acquired: at Chaleur - two properties were obtained to accommodate the development scheme for the bar; at Val Comeau - additional land was acquired to lengthen the beach and to provide for a redevelopment plan; at Deer Island - land was acquired for the provision of a new Tourist Information Centre for the island; at the Edmundston Tourist Information Centre - additional land was obtained to strengthen the buffer zone around the existing development.

At Grand Falls Gorge - two properties were acquired and others were under negotiation to accommodate the Grand Falls Gorge Development Scheme. Property was also acquired from other government departments through transfers of administration at New River Beach and Chaleur. The Little Lake Park was transferred to the department of natural resources.

Throughout the year, several property surveys were conducted in acquiring land and also in upgrading the present system. These were carried out at Val Comeau Park, New River Beach Park, Grand Lake Park, Deer Island Tourist Information Centre, and Grand Falls Gorge. Major appraisal assignments were carried out at Grand Falls and at Magnetic Hill (in co-operation with the City of Moncton). Also several "in-house" appraisals and land-related investigations were carried out.

As an ongoing part of the over-all program the inventory, administration and control of the existing system remains a major responsibility which encompasses many areas of property management. This past year, participation in forwarding and updating information on all department-owned properties to the Provincial Properties Data Center was begun and will continue to be an ongoing part of the inventory phase of the program.

As of March 31, 1982, the department of tourism administered and controlled 23,178 hectares (57,274 acres) of land.

En collaboration étroite avec les associations touristiques, la section a entrepris un programme pilote en conjonction avec l'Association des propriétaires de terrains de camping en organisant et en analysant l'information de gestion comptable. Ce programme a eu un effet bénéfique sur la fixation des prix et le contrôle des coûts dans les terrains de camping du Nouveau-Brunswick.

De concert avec deux organismes fédéraux - Design Canada et l'Office de tourisme du Canada - la section et Hospitalité Nouveau-Brunswick ont coordonné la tenue réussie d'un séminaire de gestion intitulé: «Tourisme: La rentabilité grâce à l'esthétique industrielle». Plus de 65 représentants de l'industrie et du gouvernement ont participé à ce programme qui visait à améliorer l'efficacité grâce à un design de qualité. Le séminaire faisait suite à une initiative antérieure visant à attirer l'attention de l'industrie sur les avantages d'une évaluation sur place de l'emploi de l'énergie dans le cadre du Programme de vérification énergétique organisé par Mobil.

ACQUISITION DE TERRAINS:

Dans le cadre du volet du programme portant sur l'acquisition de terrains, plusieurs propriétés ont été achetées au cours de l'exercice financier 1981-1982: au parc Chaleur, deux propriétés pour permettre la réalisation du projet d'aménagement de la barre; à Val Comeau, d'autres terrains ont été achetés pour allonger la plage et permettre la réalisation d'un plan de réaménagement; à Deer Island, achat d'un terrain destiné au centre d'information touristique pour l'île; au centre d'information touristique d'Edmundston, achat d'autres terrains pour agrandir la zone tampon entourant les contructions existantes.

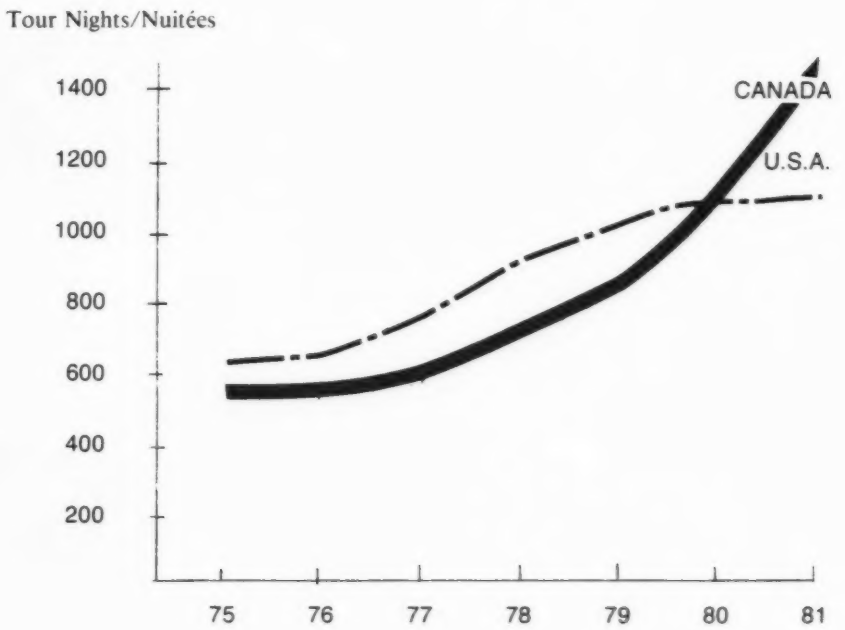
Aux gorges de Grand-Sault, deux terrains ont été achetés et l'achat d'autres terrains est en cours de négociation; ces terrains serviront à la réalisation du plan d'aménagement de ces gorges. Des terrains ont également été acquis d'autres ministères grâce aux transferts d'administration à New River Beach et au parc Chaleur. Le parc de Little Lake a été transféré au ministère des Ressources naturelles.

Pendant l'année, la section a procédé à plusieurs relevés lors de l'acquisition de terrains ainsi que lors des améliorations du système actuel. Ces relevés ont été effectués aux parcs de Val Comeau, New River Beach et Grand Lake, au centre d'information touristique de Deer Island et aux gorges de Grand-Sault. À Grand-Sault et à Magnetic Hill (en coopération avec la ville de Moncton), la section a procédé à d'importantes évaluations. Par ailleurs, elle a effectué plusieurs expertises et enquêtes internes concernant des terrains.

Dans le cadre du programme d'ensemble, l'inventaire, l'administration et le contrôle du système existant constituent une fonction majeure et portent sur nombre d'aspects de la gestion immobilière. L'année dernière, la section a commencé à participer à la mise à jour de renseignements sur toutes les propriétés du ministère et à leur transmission au Centre de données sur les propriétés provinciales. Cette fonction continuera à faire partie du volet «inventaire» du programme.

Au 31 mars 1982, le ministère du Tourisme administrait et contrôlait un total de 23 178 hectares (57 274 acres) de terrain.

NEW BRUNSWICK NUMBER OF TOUR NIGHTS BY ORIGIN
NOMBRES DE NUITEES DES VOYAGES EN AUTOCAR PAR LIEU D'ORIGINE



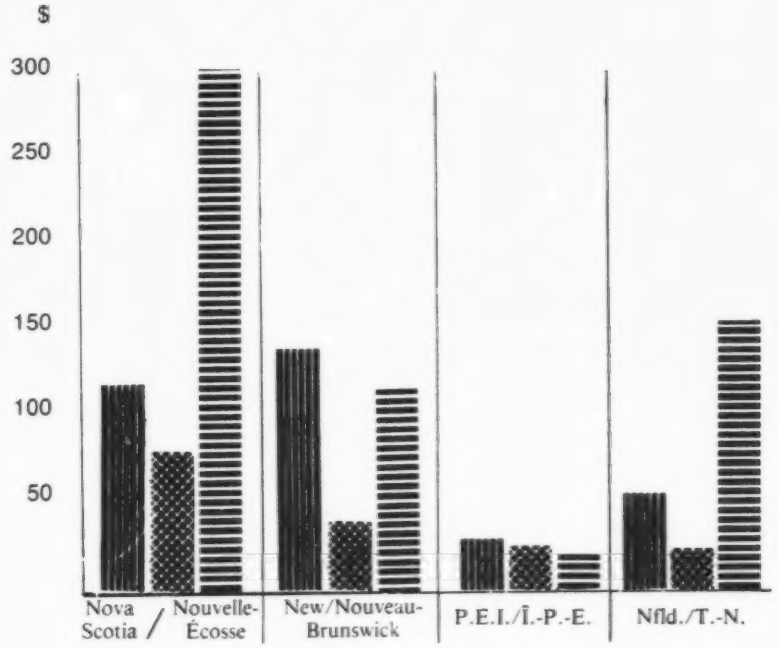
Source: Motorcoach Study 1975-81
Tourism New Brunswick

Référence: Étude de l'industrie de l'autocar
1975-81 Tourisme Nouveau-Brunswick

Motorcoach tour nights increased for the 6th consecutive year in 1981. The Canadian Market led gains increasing by 22.7 percent. Tour nights from the U.S. held at a 0.5 percent increase.

Le nombre de nuitées des voyages en autocar a augmenté pour la sixième année consécutive. Le marché canadien a connu la plus forte augmentation avec 22.7 pour cent. Le marché américain a connu une ahusse de 0.5 pour cent.

TOTAL TOURISM REVENUES ($ MILLIONS)
REVENUS EN DOLLARS TOURISTIQUES ($ MILLIONS)
1981



The above chart graphically illustrates tourism revenues in the four Atlantic Provinces by source of spending. It can be noted that while New Brunswick attains more revenues from non-regional visitors than does any other Atlantic Province performance falls with respect to spending by resident travellers within their home province.

Le tableau ci-haut présente le proportion des revenus touristiques dans les quatre provinces de l'Atlantique selon l'origine des visiteurs. A noter que le Nouveau-Brunswick attire plus de revenus que toute autre province de l'Atlantique au chapître des visiteurs de l'extérieur de la région, mais au chapître des visiteurs de l'extérieur de la région, mais au chapître des dépenses par les visiteurs résidents sa cote n'est pas aussi bonne.

Expenditures:		Références:
Non Regional		Visiteurs de l'extérieur de la région
Regional		Visiteurs de la région
Resident		Visiteurs résidents

ADMINISTRATION

Administration, in the context of this report, involved the activities of not only the administration branch of the department of tourism, but also the administrative aspect of all programs covered in this report.

Because of the small size and funding involved, the Land Acquisition, Evaluation and Inventory Program was phased out and integrated into the Tourism Industry Development Program. In so doing the total programs delivered during the fiscal period April 1, 1981, to March 31, 1982, were reduced to the five basics: marketing, travel information services, provincial parks, tourism industry development and administration.

DISTRICTS:

Field staff of the department are located in six districts and one year-round park:

District 1 - Campbellton
District 2 - Newcastle
District 3 - Moncton
District 4 - Saint John
District 5 - Mactaquac Provincial Park
District 6 - St. Jacques
Mount Carleton

District staff are responsible for carrying out the requirements of the programs and projects of the department.

PERSONNEL AND SERVICES:

During the period covered in this report administrative staff were involved with:

- Participation on 12 Civil Service interview boards to fill vacant positions, a decrease of nine from the previous year.

- The handling of 27 grievances of items identified in employee contracts under the Public Service Labour Relations Act. This was an increase of 25 over the previous year. Settlements were achieved in 16 cases in favor of the department prior to reaching beyond departmental levels of grievance. Of all the remaining 11 cases, settled by adjudication, one decision was made in favor of the employee while a compromise was reached with the other 10 as a group.

- The issuing of 605 tourist establishment licences under authority of the Tourism Development Act.

Peak casual staff for the department totalled 609, an increase of four over the previous year, while the level of regular employees was retained at 205.

ADMINISTRATION

Dans le contexte du présent rapport, l'administration couvrait non seulement les activités de cette direction, mais également l'aspect administratif de tous les programmes décrits dans ce document.

En raison de sa taille et de son fonctionnement réduits, le Programme d'acquisition, d'évaluation et d'inventaire des terrains a été supprimé et intégré au Programme de développement de l'industrie touristique. Aussi, les programmes offerts au cours de l'exercice financier (1er avril 1981 - 31 mars 1982) ont-ils été ramenés à cinq catégories: marketing, services d'information touristique, parcs provinciaux, développement de l'industrie touristique et administration.

DISTRICTS:

Le personnel du ministère oeuvrant à l'échelle locale est affecté à six districts et à un parc ouvert toute l'année:

District 1 - Campbellton
District 2 - Newcastle
District 3 - Moncton
District 4 - Saint-Jean
District 5 - Parc provincial Mactaquac
District 6 - Saint-Jacques
Mont Carleton

Le personnel de district est responsable de l'exécution des modalités des programmes et des projets du ministère.

PERSONNEL ET SERVICES:

Au cours de la période couverte par ce rapport, le personnel administratif:

- a participé à 12 séances d'entrevues de la Commission de la fonction publique en vue de combler des postes vacants (diminution de neuf par rapport à l'an dernier).

- a entendu 27 griefs prévus par les conventions collectives aux termes de la Loi relative aux relations de travail dans les services publics. Ce chiffre représente une augmentation de 25 cas par rapport à l'an dernier. Des règlements ont été conclus dans 16 cas en faveur du ministère avant de dépasser les niveaux de grief dans le cadre du ministère. Sur les 11 cas restants, réglés par sentence arbitrale, une décision a été rendue en faveur de l'employé alors qu'un compromis a été conclu avec les dix autres en groupe.

- a délivré 605 permis d'établissement touristique aux termes de la Loi sur le développement touristique.

Pendant la saison de pleine exploitation, le nombre d'employés occasionnels engagés par le ministère a atteint un total de 609, soit une augmentation de quatre par rapport à l'an dernier tandis que 205 employés occupaient des postes permanents.

BUDGETING AND ACCOUNTING:

During this fiscal period, staff involved with budgeting and accounting:

- Conducted 10 audits on revenue producing departmental facilities to ensure compliance with the Financial Administration Act, the Parks Act and the Tourism Development Act and with department regulations respecting revenue.

- Prepared and processed, in co-operation with Community Improvement Corporation, 12 claims for provincial revenue under cost-shared federal-provincial agreements.

- Maintained control and prepared budget status reports on a weekly basis.

- Processed expenditure documents in accounting for budgeted funds as outlined on revenue and expenditure statements.

TOURISM ADVISORY COUNCIL:

During the fiscal year ending March 31, 1982, the Tourism Advisory Council, appointed under authority of Order-in-Council number 80-834, completed its term of office on October 15, 1981. The council held four of its minimum of eight required meetings during the period. These were held at Woodstock in April, Grand Falls in May, Newcastle in June and Fredericton in October.

Order-in-Council 81-831 dated October 22, 1981, appointed the next council in accordance with the Tourism Development Act section 9 (1).

Members of the new council were as follows:

Chairman, Robert DeGrace, Bathurst;

Vice-chairman, Courtney Mason, Fredericton;

George LaBelle, Cocagne; Gordon Weir, Alma; Tom Anderson, Sussex; William Whalen, Nelson-Miramichi; Floyd Lavallée, Cap-Pele; Guy Raymond, Edmundston; Paul Racine, Campbellton; Antoine LaForge, Grand Falls; Karl Wilson, McNamee; Seward MacDonald, Saint John; Fred Webb, Plaster Rock; Frank Landry, Moncton; and Dieter Haun, St. Stephen.

Pat Peterson, executive director of administration, served as the minister's representative on the council in accordance with the provisions under the Tourism Development Act.

Representation on the council included nominated persons from the following tourism industry associations:

Hospitality New Brunswick, N.B. Craftsmen's Council, Albert County Tourism Association, N.B. Farm Vacation Association, N.B. Federation of Labour, Campground Owners Association of N.B. and N.B. Outfitters Association.

BUDGET ET COMPTABILITÉ:

Pendant l'exercice financier, le personnel chargé du budget et de la comptabilité:

- a procédé à dix vérifications dans des établissements à but lucratif du ministère en vue de s'assurer du respect des dispositions de la Loi sur l'administration financière, de la Loi sur les parcs et de la Loi sur le développement touristique ainsi que des règlements du ministère en matière de revenus.

- a préparé et mis à l'étude, en collaboration avec la Société d'aménagement régional, 12 demandes en matière de revenu provincial aux termes des ententes fédérales-provinciales à frais partagés.

- a contrôlé et préparé des états hebdomadaires sur la situation budgétaire.

- a produit des documents comptables sur les dépenses relevant de fonds budgétaires comme l'indiquent les états des revenus et dépenses.

CONSEIL CONSULTATIF DU TOURISME:

Durant l'exercice financier terminé le 31 mars 1982, le Conseil consultatif du tourisme, formé aux termes du décret en conseil n° 80-834, a terminé son mandat le 15 octobre 1981. Pendant cette période, le Conseil a tenu quatre de ses huit réunions réglementaires à Woodstock en avril, à Grand-Sault en mai, à Newcastle en juin et à Fredericton en octobre.

Le décret en conseil n° 81-831 daté du 22 octobre 1981 avait nommé le conseil conformément aux termes de l'article 9(1) de la Loi sur le développement du tourisme.

Les membres du conseil étaient les suivants:

Président: M. Robert DeGrâce de Bathurst,

Vice-président: M. Courtney Mason de Fredericton,

MM. George LaBelle de Cocagne, Gordon Weir d'Alma, Tom Anderson de Sussex, William Whalen de Nelson-Miramichi, Floyd Lavallée de Cap-Pelé, Guy Raymond d'Edmundston, Paul Racine de Campbellton, Antoine LeForge de Grand-Sault, Karl Wilson de McNamee, Seward MacDonald de Saint-Jean, Fred Webb de Plaster Rock, Frank Landry de Moncton et Dieter Haun de St. Stephen.

M. Pat Peterson, directeur exécutif de la direction de l'administration, a servi de représentant du ministre au conseil aux termes des dispositions de la Loi sur le développement du tourisme.

La représentation au sein du conseil comprenait des personnes provenant des associations suivantes de l'industrie touristique:

Hospitalité Nouveau-Brunswick, Conseil des artisans du Nouveau-Brunswick, Association touristique du comté d'Albert, Association des fermes d'hébergement du Nouveau-Brunswick, Fédération du travail du Nouveau-Brunswick, Association des propriétaires de terrains de camping du Nouveau-Brunswick et Association des pourvoyeurs du Nouveau-Brunswick.

One of the recommended members also served in the capacity as liaison with the Kent County Tourist Association with the agreement of that association. Four of the meetings of this council were held at Fredericton, Saint John, Newcastle and Moncton.

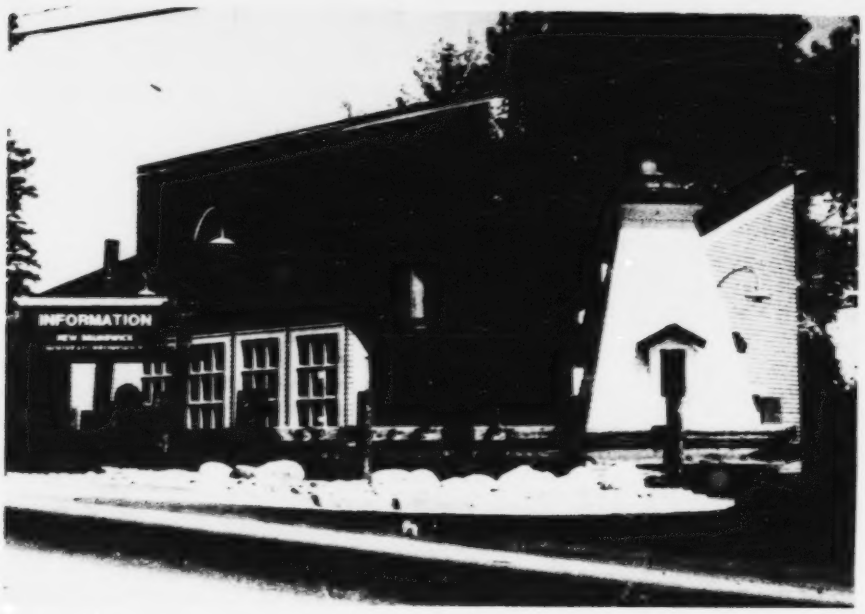
During the term of office a joint meeting of the New Brunswick Tourism Advisory Council and the New Brunswick Environmental Council was held. The purpose of this meeting was to discuss areas of mutual concern regarding conditions left in certain areas following clear-cut operations in wood harvesting and other matters such as water and air pollution in some areas of the province. Following that particular meeting a joint recommendation to the respective ministers concerned was made.

Other topics discussed and deliberated upon were: highway signing; boat-launching ramps; highway rest areas; tourism studies, various areas and regions; Tourism N.B., budget and tourism industry content, and school curriculum.

L'un des membres recommandés à cet effet a également rempli les fonctions d'agent de liaison avec l'Association touristique du comté de Kent en accord avec cette association. Quatre réunions de ce conseil ont été tenues respectivement à Fredericton, Saint-Jean, Newcastle et Moncton.

Pendant la durée de son mandat, le Conseil consultatif du tourisme a tenu une réunion conjointe avec le Conseil de l'environnement du Nouveau-Brunswick. L'objectif de cette réunion était de discuter de problèmes d'intérêt commun touchant les conditions régnant dans certaines régions après les opérations de défrichage effectuées par les exploitations forestières et d'autres problèmes tels que la pollution de l'air et de l'eau dans certaines parties de la province. À la suite de cette réunion, une recommandation conjointe a été adressée aux ministres responsables concernés.

Les autres sujets abordés portaient sur les pancartes routières, les rampes de lancement de bateaux, les aires routières de repos, les études sur le tourisme dans divers secteurs et régions, Tourisme Nouveau-Brunswick, le budget et le contenu de l'industrie touristique et les programmes d'études dans les écoles.



St. Stephen Tourist Information Centre
Centre d'information touristique de St. Stephen

DEPARTMENTAL EXPENDITURES

for the period April 1, 1981, to March 31, 1982

Personnel services (salaries)	$ 6,510,962
Other services	3,145,939
Material and supplies	850,899
Property and equipment	288,935
Contributions, grants, etc.	86,337
Debt charges - non-expense and surplus payment	128,771
Sub-total (ordinary account)	$11,011,843

CAPITAL EXPENDITURES

Park and tourism facilites	$ 2,453,514

FEDERAL/PROVINCIAL COST SHAREABLE EXPENDITURES

General Development Agreement - ordinary	$ 62,569
General Development Agreement - capital (park and tourist facilities)	505,707
Total	$ 568,276

TOTAL REVENUE RECEIVED BY THE DEPARTMENT

Tourist establishment licences	$ 13,362
Provincial park fees	904,465
Miscellaneous revenue	13,703
Vehicle - gain on disposal	14,130
Foreign exchange	796
Other interest income	483
Total	$ 946,939

BREAKDOWN OF EXPENDITURES BY PROGRAM PERIOD APRIL 1, 1981, TO MARCH 31, 1982

Marketing	$ 2,017,145
Travel information services	1,604,223
Provincial parks	5,340,955
Tourism industry development	971,143
Administration	1,078,377
Total	$11,011,843

DÉPENSES DU MINISTÈRE

pour l'exercice allant du 1er avril 1981 au 31 mars 1982

Services du personnel (salaires)	6 510 962 $
Autres services	3 145 939
Fournitures et approvisionnements	850 899
Propriétés et équipement	288 935
Contributions, subventions et.	86 337
Service de la dette - décaissement ne constituant pas de dépenses et paiements d'excédent	128 771
Total partiel (compte ordinaire)	11 011 843 $

DÉPENSES DE CAPITAL

Parcs et installations touristiques	2 453 514 $

DÉPENSES PARTAGEABLES ENTRE LE FÉDÉRAL ET LA PROVINCE

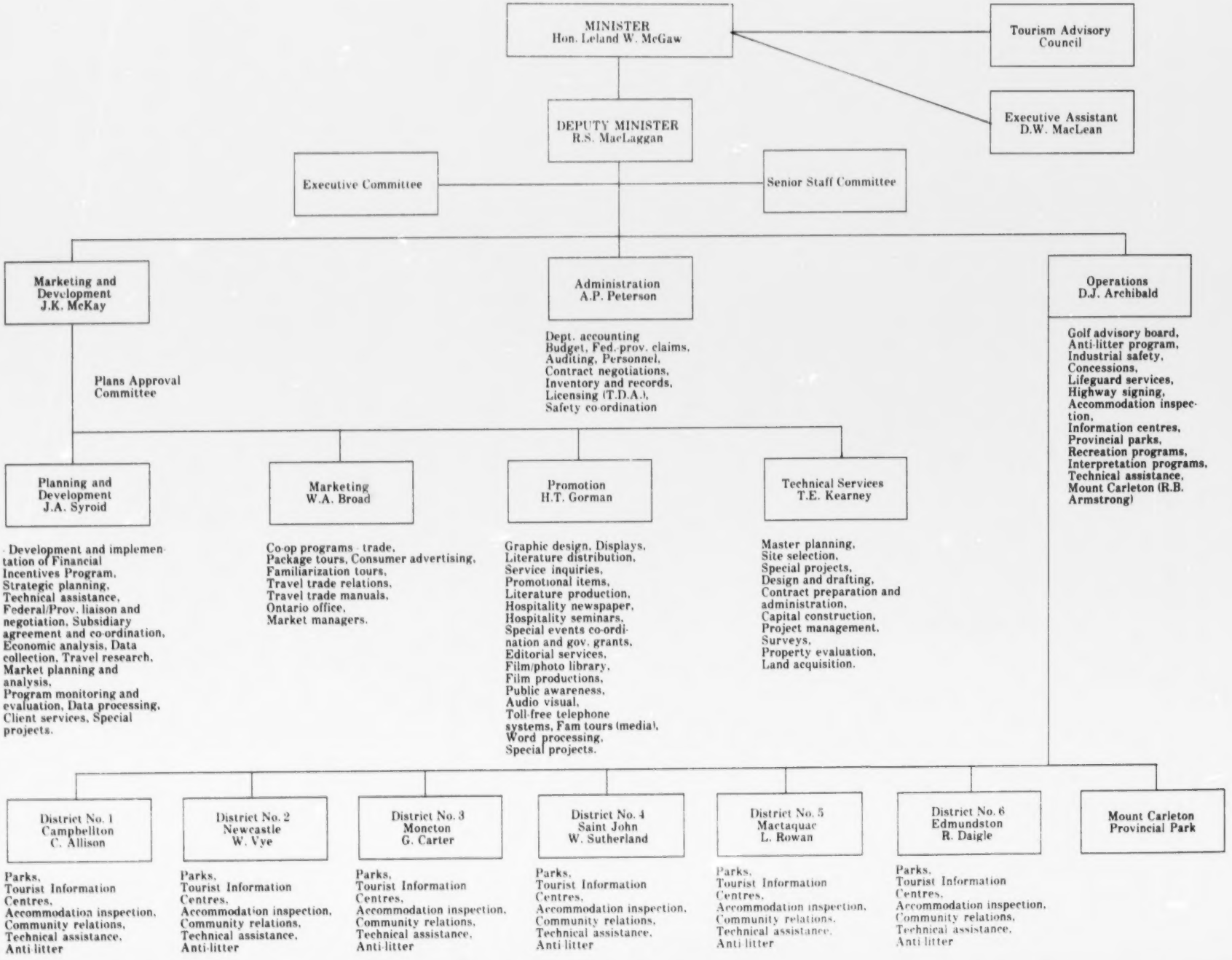
Entente-cadre de développement (compte ordinaire)	62 569 $
Entente-cadre de développement (compte de capital, parcs et installations touristiques)	505 707
TOTAL	568 276 $

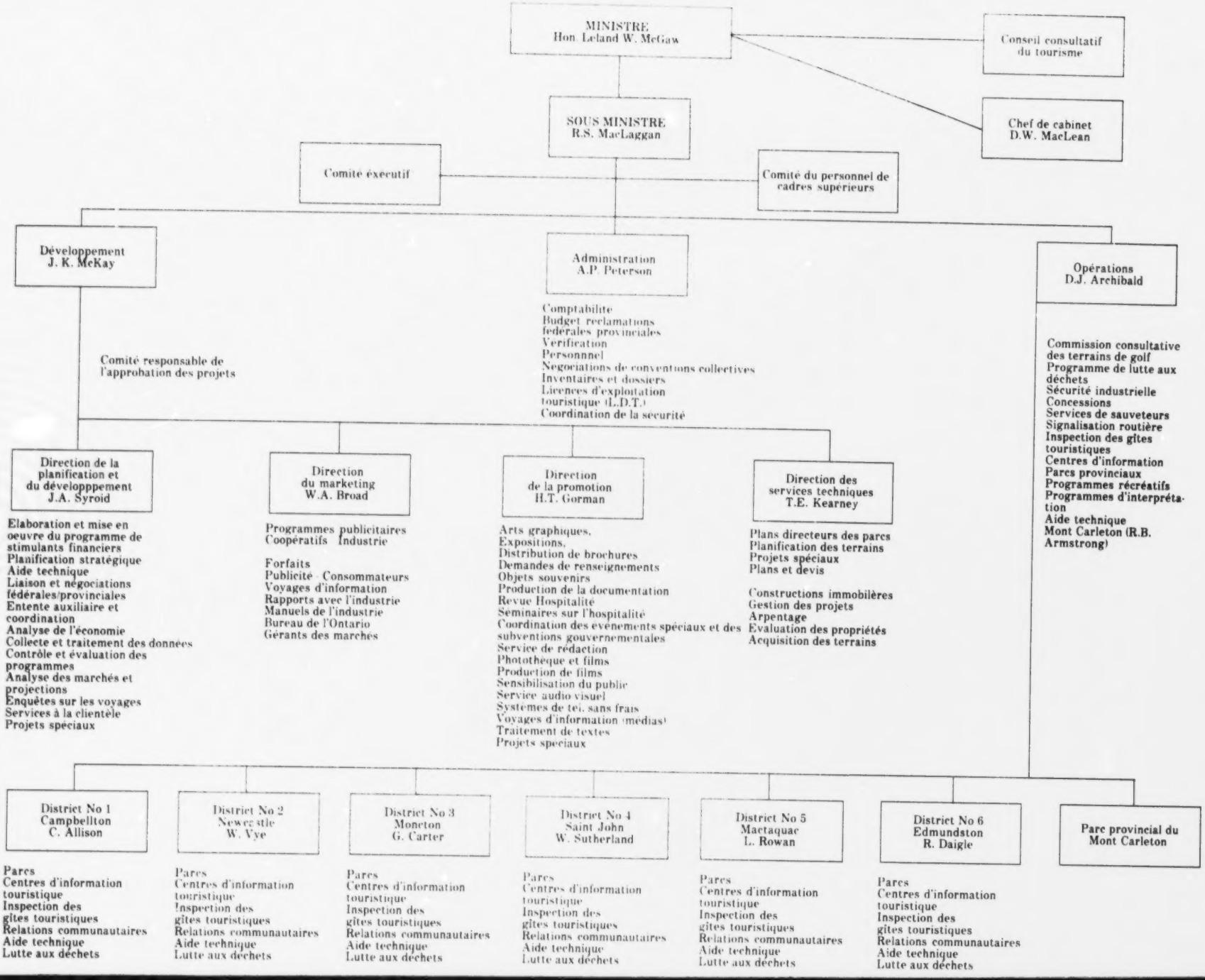
TOTAL DES REVENUS PERÇUS PAR LE MINISTÈRE

Permis d'exploitation des établissements touristiques	13 362 $
Droits d'entrée dans les parcs provinciaux	904 465
Revenus divers	13 703
Gain sur vente de véhicules	14 130
Echange, devises étrangères	796
Autre revenus d'intérêts	483
TOTAL	946 939 $

DÉCOMPOSITION APPROXIMATIVES DES DÉPENSES PAR PROGRAMME POUR LA PÉRIODE ALLANT DU 1er AVRIL 1981 AU 31 MARS 1982

Marketing	2 017 145 $
Services d'information touristique	1 604 223
Parcs provinciaux	5 340 955
Développement de l'industrie touristique	971 143
Administration	1 078 377
TOTAL	11 011 843 $


MINISTER
Hon. Leland W. McGaw
Tourism Advisory Council
DEPUTY MINISTER
R.S. MacLaggan
Executive Assistant
D.W. MacLean
Executive Committee
Senior Staff Committee
Marketing and Development
J.K. McKay
Plans Approval Committee
Administration
A.P. Peterson
Dept. accounting
Budget, Fed.-prov. claims,
Auditing, Personnel,
Contract negotiations,
Inventory and records,
Licensing (T.D.A.),
Safety co-ordination
Operations
D.J. Archibald
Golf advisory board,
Anti-litter program,
Industrial safety,
Concessions,
Lifeguard services,
Highway signing,
Accommodation inspection,
Information centres,
Provincial parks,
Recreation programs,
Interpretation programs,
Technical assistance,
Mount Carleton (R.B. Armstrong)
Planning and Development
J.A. Syroid
Development and implementation of Financial Incentives Program,
Strategic planning,
Technical assistance,
Federal/Prov. liaison and negotiation, Subsidiary agreement and co-ordination,
Economic analysis, Data collection, Travel research,
Market planning and analysis,
Program monitoring and evaluation, Data processing,
Client services, Special projects.
Marketing
W.A. Broad
Co-op programs - trade,
Package tours, Consumer advertising,
Familiarization tours,
Travel trade relations,
Travel trade manuals,
Ontario office,
Market managers.
Promotion
H.T. Gorman
Graphic design, Displays,
Literature distribution,
Service inquiries,
Promotional items,
Literature production,
Hospitality newspaper,
Hospitality seminars,
Special events co-ordination and gov. grants,
Editorial services,
Film/photo library,
Film productions,
Public awareness,
Audio visual,
Toll-free telephone systems, Fam tours (media),
Word processing,
Special projects.
Technical Services
T.E. Kearney
Master planning,
Site selection,
Special projects,
Design and drafting,
Contract preparation and administration,
Capital construction,
Project management,
Surveys,
Property evaluation,
Land acquisition.
District No. 1
Campbellton
C. Allison
Parks,
Tourist Information Centres,
Accommodation inspection,
Community relations,
Technical assistance,
Anti-litter
District No. 2
Newcastle
W. Vye
Parks,
Tourist Information Centres,
Accommodation inspection,
Community relations,
Technical assistance,
Anti-litter
District No. 3
Moncton
G. Carter
Parks,
Tourist Information Centres,
Accommodation inspection,
Community relations,
Technical assistance,
Anti-litter
District No. 4
Saint John
W. Sutherland
Parks,
Tourist Information Centres,
Accommodation inspection,
Community relations,
Technical assistance,
Anti-litter
District No. 5
Mactaquac
L. Rowan
Parks,
Tourist Information Centres,
Accommodation inspection,
Community relations,
Technical assistance,
Anti-litter
District No. 6
Edmundston
R. Daigle
Parks,
Tourist Information Centres,
Accommodation inspection,
Community relations,
Technical assistance,
Anti-litter
Mount Carleton Provincial Park


MINISTRE
Hon. Leland W. McGaw
Conseil consultatif du tourisme
SOUS MINISTRE
R.S. MacLaggan
Chef de cabinet
D.W. MacLean
Comité exécutif
Comité du personnel de cadres supérieurs
Développement
J. K. McKay
Administration
A.P. Peterson
Opérations
D.J. Archibald
Comité responsable de l'approbation des projets
Comptabilité
Budget réclamations fédérales provinciales
Vérification
Personnnel
Négociations de conventions collectives
Inventaires et dossiers
Licences d'exploitation touristique (L.D.T.)
Coordination de la sécurité
Commission consultative des terrains de golf
Programme de lutte aux déchets
Sécurité industrielle
Concessions
Services de sauveteurs
Signalisation routière
Inspection des gîtes touristiques
Centres d'information
Parcs provinciaux
Programmes récréatifs
Programmes d'interprétation
Aide technique
Mont Carleton (R.B. Armstrong)
Direction de la planification et du développpement
J.A. Syroid
Direction du marketing
W.A. Broad
Direction de la promotion
H.T. Gorman
Direction des services techniques
T.E. Kearney
Elaboration et mise en oeuvre du programme de stimulants financiers
Planification stratégique
Aide technique
Liaison et négociations fédérales/provinciales
Entente auxiliaire et coordination
Analyse de l'économie
Collecte et traitement des données
Contrôle et évaluation des programmes
Analyse des marchés et projections
Enquêtes sur les voyages
Services à la clientèle
Projets spéciaux
Programmes publicitaires
Coopératifs Industrie
Forfaits
Publicité Consommateurs
Voyages d'information
Rapports avec l'industrie
Manuels de l'industrie
Bureau de l'Ontario
Gérants des marchés
Arts graphiques,
Expositions,
Distribution de brochures
Demandes de renseignements
Objets souvenirs
Production de la documentation
Revue Hospitalité
Séminaires sur l'hospitalité
Coordination des événements spéciaux et des subventions gouvernementales
Service de rédaction
Photothèque et films
Production de films
Sensibilisation du public
Service audio visuel
Systèmes de tel. sans frais
Voyages d'information (médias)
Traitement de textes
Projets spéciaux
Plans directeurs des parcs
Planification des terrains
Projets spéciaux
Plans et devis
Constructions immobilières
Gestion des projets
Arpentage
Evaluation des propriétés
Acquisition des terrains
District No 1
Campbellton
C. Allison
District No 2
Newcastle
W. Vye
District No 3
Moncton
G. Carter
District No 4
Saint John
W. Sutherland
District No 5
Mactaquac
L. Rowan
District No 6
Edmundston
R. Daigle
Parc provincial du Mont Carleton
Parcs
Centres d'information touristique
Inspection des gîtes touristiques
Relations communautaires
Aide technique
Lutte aux déchets